

Mémoire

Auteur : Thiry, Marie

Promoteur(s) : Stassart, Pierre M

Faculté : Faculté des Sciences

Diplôme : Master en sciences et gestion de l'environnement, à finalité spécialisée

Année académique : 2023-2024

URI/URL : <http://hdl.handle.net/2268.2/21526>

Avertissement à l'attention des usagers :

Tous les documents placés en accès ouvert sur le site le site MatheO sont protégés par le droit d'auteur. Conformément aux principes énoncés par la "Budapest Open Access Initiative"(BOAI, 2002), l'utilisateur du site peut lire, télécharger, copier, transmettre, imprimer, chercher ou faire un lien vers le texte intégral de ces documents, les disséquer pour les indexer, s'en servir de données pour un logiciel, ou s'en servir à toute autre fin légale (ou prévue par la réglementation relative au droit d'auteur). Toute utilisation du document à des fins commerciales est strictement interdite.

Par ailleurs, l'utilisateur s'engage à respecter les droits moraux de l'auteur, principalement le droit à l'intégrité de l'oeuvre et le droit de paternité et ce dans toute utilisation que l'utilisateur entreprend. Ainsi, à titre d'exemple, lorsqu'il reproduira un document par extrait ou dans son intégralité, l'utilisateur citera de manière complète les sources telles que mentionnées ci-dessus. Toute utilisation non explicitement autorisée ci-avant (telle que par exemple, la modification du document ou son résumé) nécessite l'autorisation préalable et expresse des auteurs ou de leurs ayants droit.

ULiège - Faculté des Sciences - Département des Sciences et Gestion de l'Environnement

« Comment certains acteurs se détachent-ils du modèle dominant de la fast fashion, en particulier pour la fin de vie des textiles, et quels sont les activités qu'ils proposent, les nouvelles trajectoires et nouveaux modes d'attachement et de détachement qu'ils construisent ? »

MARIE THIRY

**MEMOIRE PRESENTE EN VUE DE L'OBTENTION DU DIPLOME DE
MASTER EN SCIENCES ET GESTION DE L'ENVIRONNEMENT, A FINALITE SPECIALISEE**

ANNEE ACADEMIQUE 2023-2024

REDIGE SOUS LA DIRECTION DE PIERRE M. STASSART

**COMITE DE LECTURE :
DOROTHEE DENAYER
FRANÇOIS MELARD**

Copyright

Toute reproduction du présent document, par quelque procédé que ce soit, ne peut être réalisée qu'avec l'autorisation de l'auteur et de l'autorité académique* de l'Université de Liège.

*L'autorité académique est représentée par le(s) promoteur(s) membre(s) du personnel enseignant de l'Université de Liège.

Le présent document n'engage que son auteur.

Auteur du présent document : THIRY Marie,
marie.thiry2001@gmail.com

Remerciements

Je tiens à remercier l'ensemble des personnes ayant contribué à l'aboutissement de ce mémoire et de ces deux années de Master en Sciences et Gestion de l'Environnement.

Je tiens tout d'abord à remercier mon promoteur, le professeur Pierre M. Stassart, pour son accompagnement et ses conseils et corrections tout au long de l'élaboration et de la rédaction de mon mémoire.

Je souhaite également remercier les membres de l'équipe SEED m'ayant permis d'introduire et d'orienter mon mémoire, Dorothée Denayer et Marie Bertholet.

Je souhaite ensuite remercier Mathilde Lemaire et Sophie Remy, cofondatrices de l'association R-Use Fabrik au sein de laquelle j'ai réalisé mon stage, qui m'ont permis d'en apprendre davantage sur le modèle de la fast fashion, la problématique du traitement des déchets textiles et les alternatives existantes.

Je tiens par ailleurs à remercier l'ensemble des acteur·rice·s interviewé·e·s sans lequel·le·s cette recherche n'aurait pas été possible.

Je souhaite également remercier ma famille qui m'a soutenue et aidée durant l'élaboration de ce mémoire et tout au long de mes études.

Je tiens finalement à remercier l'ensemble des professeurs et assistants du Campus Arlon Environnement pour leur disponibilité et leurs précieux apprentissages.

Résumé

Face à l'augmentation continue de la quantité de déchets textiles et à leur traitement particulièrement problématique (incinération, mise en décharge et exportation), cette recherche se concentre sur l'étude d'alternatives à la fast fashion (modèle dominant de l'industrie du textile et de l'habillement) présentes dans la Région de Bruxelles-Capitale et souhaitant se détacher de la culture du jetable induite par ce modèle en prolongeant la vie des textiles. Pour cela, elle met en lumière les activités, trajectoires et modes d'attachement et de détachement de ces alternatives en relation avec le modèle de la fast fashion. Pour ce faire, elle se fonde sur une enquête de terrain basée sur une approche qualitative de nature exploratoire et mobilise et croise différents cadres théoriques : la perspective multi-niveaux (inscrite dans le champ des sustainability transitions) ainsi que la théorie de l'acteur-réseau et l'innovation par retrait (toutes deux inscrites dans le champ de la sociologie de l'innovation). Cette recherche montre que les alternatives sont essentiellement développées par de jeunes femmes entrepreneuses et que les raisons (volonté de répondre aux conséquences de la fast fashion, besoin de créativité, etc.) et logiques (tirées par la demande, réputation, etc.) qui les poussent à les développer sont diverses, mais que ces alternatives présentent des mécanismes communs tels que la volonté d'éviter les textiles neufs en optant plutôt pour la revalorisation textile. Ainsi, la transformation de la perception des déchets textiles en objets renégociables de multiples façons par l'intermédiaire de différentes filières d'activités et compétences ainsi que la mobilisation d'un nombre croissant d'alliés (coachings, financement, etc.) permettent à ces alternatives de se développer et de s'étendre. Si ces alternatives sont alimentées par les déchets textiles du modèle dominant, elles s'en détachent partiellement par le prolongement de la vie de ces textiles ainsi que par la volonté de s'inscrire dans un nouveau modèle d'habillement (fondé sur une production et une consommation plus responsables, de nouvelles valeurs -plus d'humain, de qualité, de protection de l'environnement, de local, etc.-, le savoir-faire et le réseautage).

Table des matières

| | |
|---|----|
| Remerciements..... | 2 |
| Résumé..... | 3 |
| Introduction..... | 7 |
| 1. Cadres théoriques | 9 |
| 1.1. Le champ des sustainability transitions..... | 9 |
| 1.1.1. La perspective multi-niveaux | 10 |
| 1.2. La sociologie de l'innovation | 12 |
| 1.2.1. La théorie de l'acteur-réseau | 13 |
| 1.2.2. L'innovation par retrait..... | 14 |
| 2. État des lieux et état de l'art..... | 17 |
| 2.1. Le régime sociotechnique dominant : la fast fashion..... | 17 |
| 2.1.1. Un peu d'histoire..... | 17 |
| 2.1.2. Définition et principales caractéristiques | 19 |
| 2.1.3. Quelques marques de fast fashion..... | 21 |
| 2.1.3.1. Zara | 21 |
| 2.1.3.2. H&M | 22 |
| 2.1.4. Economie linéaire de la fast fashion et conséquences | 22 |
| 2.1.4.1. La production des matières premières | 23 |
| 2.1.4.2. Les procédés de transformation | 24 |
| 2.1.4.3. Le transport et la distribution..... | 26 |
| 2.1.4.4. L'utilisation..... | 26 |
| 2.1.4.5. La fin de vie : les déchets textiles | 27 |
| a) La production des déchets textiles et leur définition | 27 |
| b) Le traitement des déchets textiles..... | 28 |
| c) Focus sur la Belgique et la question de l'exportation des textiles | 28 |
| 2.1.5. Qu'en est-il de l'ultra fast fashion ?..... | 29 |
| 2.1.6. Tableau récapitulatif de la fast fashion | 29 |
| 2.2. Transition vers un autre modèle de mode | 30 |
| 2.2.1. Les consommateurs | 30 |
| 2.2.2. Les acteurs politiques..... | 30 |
| 2.2.3. Les acteurs de la mode..... | 31 |
| 3. Méthodologie | 33 |
| 3.1. Méthode de sélection des acteurs | 33 |
| 3.2. Méthode de collecte des données | 38 |
| 3.3. Méthode d'analyse des données..... | 40 |

| | | |
|----------|---|----|
| 4. | Présentation des résultats | 43 |
| 4.1. | Oh Fil Deleau | 43 |
| 4.2. | Demain Sélection..... | 45 |
| 4.3. | La Fripothèque..... | 46 |
| 4.4. | Pandri..... | 49 |
| 4.5. | mésou | 51 |
| 4.6. | Marque d'upcycling et organisation d'ateliers | 54 |
| 4.7. | R-Use Fabrik..... | 57 |
| 5. | Discussion et interprétation (analyse transversale) | 60 |
| 5.1. | La fast fashion, le régime sociotechnique dominant..... | 60 |
| 5.2. | L'émergence de niches sociotechniques en retrait partiel du régime..... | 61 |
| 5.2.1. | Des femmes entrepreneuses à la base des collectifs..... | 62 |
| 5.2.1.1. | La problématisation..... | 62 |
| a) | Le primum movens | 62 |
| b) | La mise en lumière des périls attachés au modèle dominant problématisant l'achat et la production de textiles neufs comme point de passage à éviter (déstabilisation du régime) | 63 |
| c) | La revalorisation textile comme point de passage obligé..... | 64 |
| 5.2.1.2. | La mobilisation d'alliés (intéressement/enrôlement/porte-paroles) | 65 |
| a) | Les indispensables impulsions financières et entrepreneuriales..... | 66 |
| b) | La question des infrastructures..... | 66 |
| c) | La construction des collectifs | 66 |
| d) | Les contacts entre actrices..... | 67 |
| 5.2.2. | La transformation de la perception des déchets textiles et de leur traitement | 67 |
| 5.2.3. | La mise en visibilité des travailleurs et des consommateurs | 73 |
| 5.2.4. | La mise en visibilité des compétences | 74 |
| 5.2.5. | La transformation du régime par une bifurcation pour les déchets textiles et l'insularisation progressive vers un nouveau modèle d'habillement..... | 74 |
| 5.2.6. | L'établissement de nouveaux collectifs sociotechniques..... | 77 |
| 6. | Biais et limites..... | 78 |
| 7. | Conclusion | 79 |
| 8. | Bibliographie..... | 81 |
| 8.1. | Sources consultées et citées..... | 81 |
| 8.2. | Sources consultées, mais non-citées..... | 88 |
| 9. | Annexes | 90 |
| 9.1. | Annexe 1 : méthodologie de sélection des acteurs..... | 90 |
| 9.2. | Annexe 2 : guide d'entretien..... | 91 |

| | | |
|------|---|-----|
| 9.3. | Annexe 3 : entretien codé Pandri | 92 |
| 9.4. | Annexe 4 : trajectoire Oxfam Belgique | 98 |
| 9.5. | Annexe 5 : trajectoire Terre ASBL | 100 |
| 9.6. | Annexe 6 : trajectoire CYCLUP | 103 |

Liste des figures

| | | |
|-------------|---|----|
| Figure 1 : | l'industrie du textile et de l'habillement étudiée sur base de la perspective multi-niveaux | 11 |
| Figure 2 : | tableau catégoriel du collectif « Pandri » | 40 |
| Figure 3 : | exemple de trajectoire..... | 41 |
| Figure 4 : | trajectoire du collectif « Oh fil Deleau » | 43 |
| Figure 5 : | trajectoire du collectif « Demain Sélection »..... | 45 |
| Figure 6 : | trajectoire du collectif « La Fripothèque » | 47 |
| Figure 7 : | trajectoire du collectif « Pandri » | 49 |
| Figure 8 : | trajectoire du collectif « méson » | 51 |
| Figure 9 : | trajectoire du collectif « Marque d'upcycling et organisation d'ateliers » | 55 |
| Figure 10 : | trajectoire du collectif « R-Use Fabrik »..... | 57 |
| Figure 11 : | analyse multi-niveaux fast fashion, paysage et niches | 60 |
| Figure 12 : | analyse multi-niveaux fast fashion, paysage et niches pour la fin de vie des textiles | 61 |
| Figure 13 : | trajectoire de transition des niches | 61 |
| Figure 14 : | trajectoire de la revalorisation textile constituée sur base des sept collectifs..... | 68 |
| Figure 15 : | trajectoire de la revalorisation textile complétée avec les collectifs institutionnalisés | 73 |

Liste des tableaux

| | | |
|-------------|--|----|
| Tableau 1 : | tableau récapitulatif fast fashion | 30 |
| Tableau 2 : | liste des collectifs interviewés..... | 37 |

Introduction

Prenant ses racines dans les années 1960 et 1970 et s'imposant dans les années 1990 en réponse à la volonté des consommateurs de renouveler plus fréquemment leur garde-robe (Khalfon, 2023) ainsi qu'à la diminution des coûts de production et à l'augmentation de la vitesse et de l'efficacité de la production (Brewer, 2019), le modèle de la fast fashion a rendu le secteur du textile et de l'habillement particulièrement problématique. En effet, ce modèle, basé sur la surproduction et la surconsommation de vêtements, engendre une multitude de conséquences sociales, environnementales et économiques : bafouement des droits humains, gaspillage des ressources naturelles, pollution des eaux, des terres et de l'air par les microplastiques et les produits chimiques, pertes économiques pour les marques, les consommateurs et les collectivités en raison de la surproduction et du manque d'utilisation et de recyclage des vêtements, production d'une masse de déchets textiles, etc.

Aujourd'hui, la transition du secteur de la mode vers un modèle plus vertueux devient de plus en plus urgente face à ces nombreuses conséquences. Bien que ce secteur reste l'un des plus impactants, il a entamé une transition vers un modèle circulaire (J. Adamkiewicz, Kochańska, I. Adamkiewicz & Łukasik, 2022). En effet, la prise de conscience croissante de ces conséquences, véhiculées par de plus en plus de supports (documentaires, livres, sites Internet, etc.) et d'acteurs (médias, politiques, consommateurs, etc.), et le déploiement de plus en plus important des inquiétudes sociales et environnementales, ont poussé un nombre croissant d'acteurs à proposer des alternatives plus respectueuses de l'environnement et de l'humain, souhaitant se détacher du modèle de la fast fashion, stabilisé par différents mécanismes de verrouillage (dont des technologies, des croyances, etc.), le faire évoluer voire le transformer. Les termes se sont alors multipliés pour décrire ces approches : slow fashion, mode durable, mode éthique, mode circulaire, etc. Cela a également poussé un nombre croissant de consommateurs à s'intéresser à des biens et services plus éthiques, circulaires et écoresponsables. Derrière ces tendances, nous observons une volonté d'améliorer les choses, de consommer moins de ressources naturelles, de produits chimiques, d'eau ou encore de vêtements, de réduire les intermédiaires ou le nombre de kilomètres parcourus par les vêtements, mais aussi de produire moins de déchets textiles. Dans cette recherche, nous souhaitons nous concentrer plus particulièrement sur la problématique des déchets textiles.

En effet, à cet égard, parmi les alternatives au modèle dominant, certains acteurs ont souhaité se détacher de la culture du jetable induite par la fast fashion en prolongeant la vie des textiles. Passer du modèle linéaire « extraire-produire-consommer-jeter » induit par la fast fashion à un modèle plus circulaire semble essentiel pour lutter contre les conséquences de cette industrie et notamment contre la grande quantité de déchets textiles qu'elle engendre tout au long du cycle de vie des vêtements (nombreuses chutes de tissus au cours de la production, invendus, vêtements usagés, etc.) et contre leur traitement particulièrement problématique (la plupart finissant incinérés, mis en décharge ou exportés dans des pays émergents impuissants face à ces amas de textiles). Ces éléments sont d'autant plus préoccupants que nous constatons une augmentation continue de la production de vêtements, une réduction de leur temps d'utilisation et une hausse du nombre de vêtements jetés. Bien que les choses commencent à bouger d'un point de vue législatif dans ce secteur, notamment avec les différentes stratégies développées par l'Union européenne (UE) pour reconsidérer la place des textiles dans la hiérarchie des déchets ou pour rendre les textiles plus durables (Brewer, 2019), les déchets textiles restent un problème majeur de cette industrie. En Belgique, la quantité de vêtements jetés par an et par habitant ne cesse d'augmenter, atteignant 14,8kg en 2018 (SPF Santé publique, 2023). Pourtant, tant au niveau des réglementations qu'au niveau de la conscientisation de la population, les choses bougent peu par rapport à d'autres secteurs ou d'autres pays (Veillard, 2018). Du côté des acteurs de la mode, nous observons toutefois une volonté croissante de changer le modèle.

Pour étudier les alternatives proposées en Belgique, nous avons choisi de nous concentrer sur la Région de Bruxelles-Capitale et cela pour deux raisons. D'une part, il s'agit de la région dans laquelle nous avons réalisé un stage chez R-Use Fabrik, une association ixelloise qui propose des activités autour de la couture, de l'upcycling et de la réparation pour revaloriser les déchets textiles (R-Use, s.d.), nous permettant d'explorer le contexte bruxellois. D'autre part, cette région est particulièrement intéressante à étudier car de plus en plus d'acteurs se détachent du modèle de la fast fashion, en particulier en ce qui concerne la fin de vie des textiles, y émergent depuis quelques années, notamment suite au lancement en 2016 du Programme régional en Economie circulaire (PREC) donnant accès à différentes aides (subsidés, formations, réglementations adéquates, etc.). Au sein de ce mémoire, nous avons souhaité explorer ces initiatives au travers de la question suivante :

« Comment certains acteurs se détachent-ils du modèle dominant de la fast fashion, en particulier pour la fin de vie des textiles, et quels sont les activités qu'ils proposent, les nouvelles trajectoires et nouveaux modes d'attachement et de détachement qu'ils construisent ? ».

Pour ce faire, nous décrirons, dans un premier temps, les cadres théoriques mobilisés au sein de ce mémoire, à savoir la perspective multi-niveaux, ancrée dans le champ des sustainability transitions, ainsi que l'innovation par retrait, ancrée dans la sociologie de l'innovation et nous invitant à revoir les postulats développés par la théorie de l'acteur-réseau, elle aussi inscrite dans la sociologie de l'innovation. Ces cadres théoriques conditionnent le contenu et la structuration de la partie « Etat des lieux et état de l'art ».

En effet, dans un second temps, nous nous concentrerons sur la notion de régime sociotechnique, terme propre à la perspective multi-niveaux, et plus spécifiquement sur le régime particulier de l'industrie du textile et de l'habillement que constitue la fast fashion. Nous présenterons ce modèle dans toutes ses composantes (historique, définition et principales caractéristiques, exemples de grandes marques le constituant, étapes du cycle de vie des vêtements et leurs conséquences et exacerbation vers le modèle de l'ultra fast fashion) pour bien comprendre son fonctionnement et l'émergence d'alternatives souhaitant s'en détacher plus particulièrement pour la fin de vie des textiles. Étant donné que l'objectif de ce mémoire est de bien comprendre les modèles alternatifs qui émergent et les définitions que les acteurs leur donnent, les termes s'y rapportant ne seront pas définis au préalable dans la revue de la littérature, mais bien sur base de cette étude inductive.

Par ailleurs, nous procéderons à une enquête de terrain basée sur une approche qualitative de nature exploratoire nous permettant de comprendre l'émergence et le développement d'acteurs proposant une alternative pour la fin de vie des textiles, les activités qu'ils proposent et les nouvelles trajectoires et nouveaux modes d'attachement et de détachement qu'ils construisent. Il est important de souligner le fait que l'objectif poursuivi par les alternatives étudiées dans le cadre de ce mémoire n'est pas de réduire la quantité de déchets en proposant un autre modèle dès le début du cycle de vie du vêtement, ce que font certaines initiatives (comme les marques de mode écoresponsable qui proposent par exemple des vêtements en laine produite en circuit-court), mais plutôt de partir des déchets textiles eux-mêmes. Dans notre sélection d'acteurs, nous ne prendrons pas en compte les alternatives proposées par la fast fashion elle-même et présentées comme des alternatives écologiques et ce principalement parce que ces alternatives sont souvent des actions ponctuelles et symboliques qui ne s'attaquent pas aux causes structurelles du modèle.

Nous présenterons ensuite les trajectoires individuelles des différents acteurs avant de réaliser une analyse transversale des entretiens nous permettant d'éclairer notre question de recherche, cela en croisant les données avec les concepts et cadres théoriques préalablement présentés. Nous relèverons finalement les principaux biais et limites de ce mémoire avant de le conclure.

1. Cadres théoriques

Pour comprendre le contenu et la structuration de ce mémoire et plus particulièrement la partie suivante qui se concentre sur un état des lieux et un état de l'art du modèle dominant de l'industrie du textile et de l'habillement, la fast fashion, il est tout d'abord important de présenter les cadres d'analyse mobilisés au sein de ce mémoire.

Nous avons choisi d'inscrire notre recherche dans le domaine des sustainability transitions, un champ de recherche interdisciplinaire qui étudie les « processus de transformation fondamentaux, multidimensionnels et à long terme par lesquels les systèmes sociotechniques établis évoluent vers des modes de production et de consommation plus durables » (Markard, Raven & Truffer, 2012, p.955), cela pour mieux comprendre l'apparition d'acteurs proposant une alternative à la culture du jetable. Parmi le champ des sustainability transitions, nous avons choisi de nous concentrer plus particulièrement sur la perspective multi-niveaux développée par Geels (2002) et de la croiser avec le concept d'innovation par retrait développé par Goulet et Vinck (2012) dans le champ de la sociologie de l'innovation. « La notion d'insularisation [quant à elle nous permettra] d'articuler le concept d'innovation par retrait dans une perspective multi-niveaux afin de décrire le processus de transition » (Vankeerberghen & Stassart, 2016, p.395) vers un autre modèle.

Après la présentation de ces cadres théoriques et de leur pertinence concernant l'étude des alternatives à la culture du jetable, nous nous concentrerons dans la revue de la littérature sur la notion de régime sociotechnique dominant (terme propre à la perspective multi-niveaux qui va être explicitée plus bas), qui est la fast fashion dans le cas de l'industrie du textile et de l'habillement, et nous présenterons l'ensemble des composantes de ce modèle pour bien comprendre son fonctionnement et la volonté croissante de s'en détacher, plus particulièrement en ce qui concerne la fin de vie des textiles.

1.1. Le champ des sustainability transitions

Épuisement des ressources naturelles, effondrement de la biodiversité, augmentation des émissions de gaz à effet de serre ou encore accroissement des inégalités sociales sont une liste non-exhaustive des difficultés auxquelles nous faisons face actuellement suite à nos modes de vie basés essentiellement sur la croissance. La non-durabilité grandissante des systèmes sociotechniques existants dans une multitude de secteurs (alimentaire, énergétique, du textile et de l'habillement, etc.) ainsi que les conséquences sociales, environnementales et économiques qu'elle engendre montre la nécessité d'une transition vers des systèmes plus durables et viables. Cependant, ces systèmes étant fortement inscrits dans nos sociétés et verrouillés par des habitudes, des technologies ou encore des réglementations, les changements sont difficiles à mettre en œuvre (Geels & Kemp, 2012).

Afin de mieux comprendre la transition des systèmes sociotechniques actuels vers plus de durabilité, le domaine des sustainability transitions a vu le jour. Il s'agit d'un champ de recherche interdisciplinaire « réunissant des perspectives sociologiques, économiques et technologiques autour de l'analyse des dynamiques d'innovation socio-technique dans les nécessaires transformations structurelles des sociétés contemporaines » (Audet, 2016, p.11) et mettant en lumière les questions d'incertitude, de complexité, de réflexivité et de verrouillages derrière ces transitions (Audet, 2015; Falcone, 2014). Pour mieux comprendre la transition opérée par des acteurs souhaitant se détacher du modèle de la fast fashion, en particulier pour la fin de vie des textiles, nous avons, dans un premier temps, choisi de nous inscrire dans ce domaine d'étude et plus particulièrement dans la perspective multi-niveaux et de nous attarder sur la notion de régime sociotechnique qui va être développée plus bas.

1.1.1. La perspective multi-niveaux

La perspective multi-niveaux est une approche sociotechnique qui considère les transitions comme « des processus non-linéaires qui résultent de l'interaction de multiples développements à trois niveaux d'analyse : les niches [...], les régimes sociotechniques [...] et un paysage sociotechnique exogène » (Geels, 2002, 2005, & Rip & Kemp, 1998, cités dans Geels & Kemp, 2012, p.52).

Tout d'abord, les niches sont des « espaces de relative autonomie, évoluant en marge des régimes, et qui bénéficient d'une certaine protection à l'égard des 'pressions de sélection' qui émanent de la domination des régimes sociotechniques dans leurs secteurs d'activité » (Audet, 2015, p.83). Ces lieux d'innovation radicale sont freinés par des mécanismes de verrouillage provenant des régimes existants et privilégiant les technologies actuelles, mais sont essentiels pour débiter un changement systémique (Geels & Kemp, 2012). Les niches sont influencées par les évolutions externes et trois processus sociaux s'y déroulent : le développement d'une idée avec visions et attentes, la construction d'un réseau d'acteurs et un processus d'apprentissage sur plusieurs dimensions (Geels & Kemp, 2012; Hoogma, Kemp, Schot & Truffer, 2002; Kemp, Schot, & Hoogma, 1998; Schot & Geels, 2008). Si ces trois processus sont au rendez-vous, les niches prennent de l'ampleur.

Ensuite, les régimes sociotechniques font « référence aux pratiques, règles et technologies dominantes qui assurent la stabilité et le renforcement des systèmes sociotechniques dominants » (Geels, 2004, cité dans Falcone, 2014, p.65). Ces régimes sont rendus stables par des mécanismes de verrouillage qui rendent les changements particulièrement difficiles. Généralement, ceux-ci sont graduels et empruntent des directions prévisibles (Geels & Kemp, 2012).

Finalement, le paysage sociotechnique « constitue le contexte plus large qui influence la dynamique des niches et des régimes » (Geels & Kemp, 2012, p.57). Il intègre des éléments matériels comme les infrastructures, mais également des éléments immatériels comme les idéologies politiques, les croyances, etc. (Falcone, 2014).

Dans cette approche, les changements sont possibles lorsqu'il y a convergence entre les trois niveaux d'analyse, permettant une perte de stabilité du régime et la création de fenêtres d'opportunité pour que les niches puissent intégrer le régime, l'ajuster, le modifier voire le remplacer (Geels, 2011; Geels & Kemp, 2012). Il est important de souligner que, dans la perspective multi-niveaux, une organisation ne pense pas le changement en se considérant comme une entité unique, mais « procède à une restructuration en se repensant comme partie d'un processus de changements sociétaux complexes et collectifs » (Loorbach & Wijsman, 2013, cités dans Muylaert, 2023, p.26).

Maintenant que les termes théoriques sont définis, nous pouvons les appliquer à l'industrie du textile et de l'habillement qu'Ammar et Roux définissent comme « les activités liées à la production de produits intermédiaires (le textile), fils et tissus [...] et les activités de confection (l'habillement), classées parmi les biens de consommation [...] » (2009, p.101). Le régime sociotechnique dominant de cette industrie est celui de la fast fashion reposant sur ses propres technologies, connaissances, législations, infrastructures et croyances, ces éléments étant alimentés par différents acteurs (Geels & Kemp, 2012). Parmi ceux-ci, Bouhafs cite notamment « les enseignes de distribution spécialisées, les associations industrielles ou les instances gouvernementales, ou encore les chaînes d'approvisionnement mondialisées » (2022, p.80). La fast fashion est rendue stable par des mécanismes de verrouillage qui comprennent « un ensemble de règles de trois types : *cognitives* (croyances, représentations, répartition des rôles), de *régulation* (droit, organismes internationaux, réglementation) et *normatives* (valeurs partagées) » (Bouhafs, 2022, p.80), ce qui rend les changements particulièrement difficiles. Nous reviendrons plus bas, en détails, sur les composantes de ce régime.

Si la fast fashion a pu se développer, c'est parce qu'elle est née dans un contexte favorable, baignant dans « l'internationalisation de l'industrie textile, les guerres de concurrence et la baisse des prix qui en a résulté [ainsi que] la mondialisation du commerce et de la logistique » (Muylaert, 2023, p.66), éléments faisant partie du paysage sociotechnique, et permettant la délocalisation de la production, l'augmentation de la vitesse et de l'efficacité de cette production ainsi que la baisse des coûts et par conséquent la baisse des prix des vêtements. Par la suite, ce modèle a été entretenu non seulement par la multiplication des magazines et défilés de mode dictant les dernières tendances, mais également par le développement de la vente en ligne et des livraisons avec retours offerts ainsi que par l'essor des réseaux sociaux et des influenceurs offrant une mise en avant mondiale et instantanée des produits proposés par les marques de fast fashion (Brewer, 2019). Cependant, ce modèle a causé de nombreux problèmes sociaux et environnementaux (épuisement des ressources naturelles, pollutions multiples, exploitation des travailleurs, etc.) et la montée des considérations écologiques (Muylaert, 2023) mais aussi sociales dans le paysage sociotechnique et leur médiatisation croissante ont poussé de plus en plus de consommateurs et d'acteurs de la mode à remettre en question le modèle de la fast fashion et à souhaiter y amener une réponse, provoquant le développement de niches sociotechniques.

Parmi les impacts causés par le régime sociotechnique dominant de la fast fashion, une conséquence particulièrement préoccupante qui a été de plus en plus médiatisée ces dernières années est la masse de déchets textiles qu'il engendre et le traitement particulièrement problématique qu'il leur confère. En effet, d'une part, cette industrie génère une grande quantité de déchets textiles provenant de la production et de la consommation des vêtements et ces déchets textiles sont autant des textiles neufs (comme des chutes de tissus ou des vêtements invendus) que des textiles déjà utilisés qu'ils soient encore en bon état ou abîmés (De Groote, 2021; Observatoire Régional des Déchets et de l'Economie Circulaire en Occitanie, s.d.). D'autre part, la majorité de ces déchets ne sont pas revalorisés et finissent incinérés, mis en décharge ou sont envoyés à l'étranger et s'accumulent dans des pays (Chili et Ghana notamment) qui n'ont pas les infrastructures adéquates pour les gérer, devenant ainsi des décharges à ciel ouvert (Bornot, 2022). Pour répondre à ce problème, des niches sociotechniques ont émergé pour proposer une alternative à la fin de vie de ces déchets.

La figure ci-dessous représente schématiquement les concepts explicités précédemment.

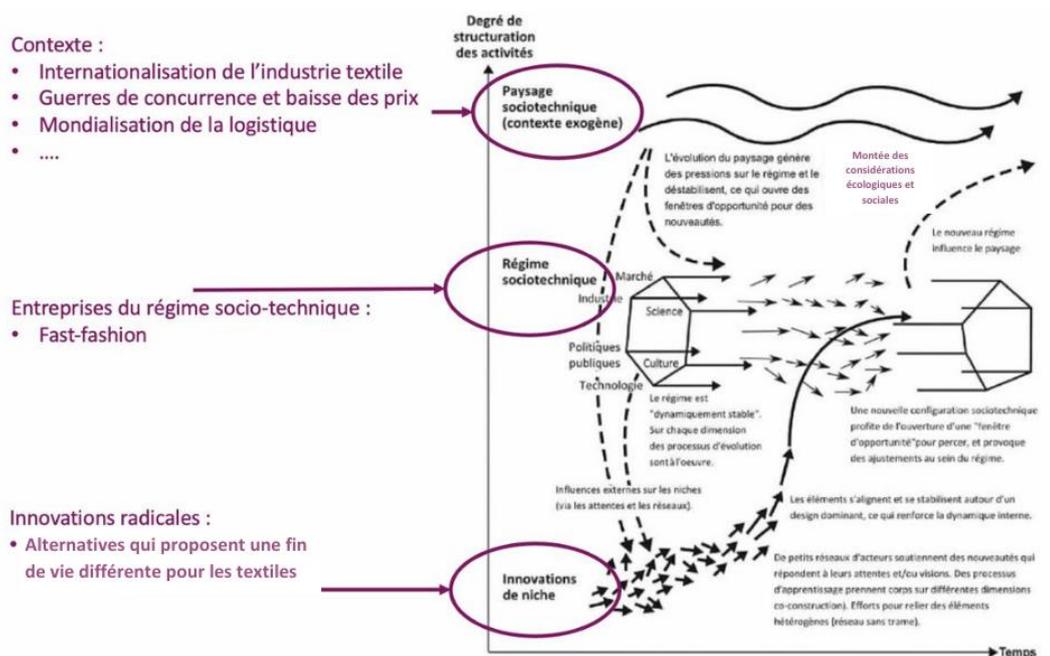


Figure 1 : l'industrie du textile et de l'habillement étudiée sur base de la perspective multi-niveaux

Sources : schéma adapté de Muylaert (2023), lui-même adapté de De Schutter (2017) et Geels (2011)

Lors d'une transition, les niches, lieux des innovations sociotechniques, passent par un processus temporel et non-linéaire divisé en plusieurs séquences, représentant des étapes spécifiques de l'évolution des niches caractérisées par une modification de la nature des changements, et ces séquences se succèdent voire se superposent pour former ce que nous appelons la trajectoire des niches.

Geels et Schot (2007) ont mis en évidence l'existence de quatre types de trajectoires provenant d'une différence de temporalité et de nature dans les interactions entre les différents niveaux : le transformation path, le désalignement de la trajectoire, la trajectoire de substitution et la trajectoire reconfigurée (Geels & Kemp, 2012; Stassart, 2023a). Nous ne nous attarderons toutefois pas sur ces types de trajectoires.

En revanche, au sein de leur article traitant de l'agriculture sans labour, Vankeerberghen et Stassart (2016) ont révélé l'existence d'un cinquième type de trajectoire, la trajectoire insularisation, qui semble particulièrement intéressante dans le cas des alternatives souhaitant se détacher de la culture du jetable induite par le modèle de la fast fashion. En effet, dans la trajectoire insularisation, les niches « se développent au sein du régime selon un processus d'innovation par retrait (à l'opposé de l'ajout de nouvelles techniques), des acteurs du régime se détachent progressivement/radicalement de certains éléments du régime, et forment de nouveaux attachements. Ceci fait émerger une niche au sein du régime » (Stassart, 2023b, p.3). Comme pour l'agriculture conventionnelle dans laquelle le labour constitue un élément propre au régime dont les agriculteurs pratiquant l'agriculture sans labour veulent se détacher (Vankeerberghen & Stassart, 2016), la considération des textiles comme objets facilement jetables est un élément central du régime de la fast fashion dont les acteurs que nous souhaitons étudier aimeraient se détacher.

La notion d'insularisation nous permet ainsi d'articuler la perspective multi-niveaux à notre second cadre théorique, l'innovation par retrait, inscrit dans la sociologie de l'innovation et nous invitant à reconsidérer les postulats avancés par la théorie de l'acteur-réseau, elle aussi inscrite dans ce champ.

1.2. La sociologie de l'innovation

L'innovation est aujourd'hui devenue un élément constitutif de nos sociétés. Nous innovons dans tous les domaines : l'alimentation, l'éducation, l'énergie, la mode, etc. La valeur attribuée à l'innovation a fortement varié selon les époques : perçue négativement au Moyen Âge, elle est aujourd'hui considérée comme essentielle (Godin, 2015, cité dans Goulet & Vinck, 2022). À partir des années 1980, la sociologie s'est intéressée à la question de l'innovation, faisant naître une nouvelle discipline, celle de la sociologie de l'innovation. Celle-ci s'intéresse « aux actions mises en œuvre par les acteurs pour réaliser le passage de l'invention (d'un produit ou d'un service) au marché, ou à son usage » (Alter, 1998, p.123). La sociologie de l'innovation distingue donc les notions d'invention et d'innovation, la première se référant à « [...] la création d'une nouveauté technique ou organisationnelle, concernant des biens, des services ou des dispositifs [...] » et la seconde étant vue comme « [...] l'ensemble du processus social et économique amenant l'invention à être finalement utilisée, ou pas » (Alter, 2002, cité dans Gaglio, 2021, p.11). L'innovation est donc davantage considérée comme un processus/un cheminement qu'un état et suit une trajectoire particulière constituée de séquences au sein desquelles nous retrouvons des incertitudes, des difficultés, des opportunités, des réussites, des échecs, mais aussi des intérêts et des croyances (Alter, 2010).

Dans le cadre de ce mémoire, au sein de la sociologie de l'innovation, nous allons davantage nous concentrer sur la théorie de l'acteur-réseau, développée par Bruno Latour, Michel Callon et John Law, ainsi que sur l'innovation par retrait, développée par Frédéric Goulet et Dominique Vinck.

1.2.1. La théorie de l'acteur-réseau

La théorie de l'acteur-réseau s'intéresse aux processus d'innovation et nous invite à revoir notre rapport à l'innovation « [suggérant] que les dynamiques à l'œuvre passent par l'association entre des entités hétérogènes [humains et non-humains] au sein de réseaux [ou collectifs] sociotechniques, l'innovation relevant alors de 'mécanismes d'ajustement réciproque de l'objet technique et de son environnement' » (Akrich, [1987] 2006, & Latour, 1989, cités dans Goulet & Vinck, 2012, p.196). Alors que l'action est habituellement attribuée aux humains, cette théorie intègre les non-humains (animaux et objets techniques) dans la théorie de l'action et nous pousse à considérer les entités humaines et non-humaines de façon symétrique, toutes deux capables d'action. Elle utilise alors la notion d'actant ou d'entité pour qualifier humains et non-humains, celle d'acteur étant plutôt associée aux humains.

Durant des années, les études s'intéressant à l'innovation se sont bien souvent concentrées sur des innovations intégrant une nouveauté (Goulet & Vinck, 2012). En effet, la théorie de l'acteur-réseau, comme beaucoup d'autres théories s'intéressant aux processus d'innovation, se base sur un postulat initial : « l'innovation se structure autour de l'introduction d'un élément nouveau, un artefact, une fonctionnalité, un service, et son succès repose sur le nombre d'adoptants et sur l'importance des entités (ressources, compétences, etc.) qui lui sont articulées » (Akrich, Callon & Latour, 1988, cités dans Goulet & Vinck, 2012, p.196). Cependant, depuis quelques années, de plus en plus d'innovations ne sont plus caractérisées par l'ajout, mais sont « structurées autour du retrait d'artefacts, de leur suppression ou de leur utilisation plus modérée » (Goulet & Vinck, 2012, p.197). Les chercheurs Frédéric Goulet et Dominique Vinck ont été les premiers à s'interroger sur ce type d'innovations dans leur article de 2012 étudiant les techniques sans labour en France, les qualifiant d'innovation par retrait.

Avant de passer à un approfondissement théorique concernant l'innovation par retrait, il est important de présenter les différentes étapes de la théorie de l'acteur-réseau, aussi qualifiée de sociologie de la traduction, qui seront mobilisées dans la partie analytique de ce mémoire.

Pour permettre au réseau (ou collectif) sociotechnique d'exister et de se développer, l'entité à la base de sa constitution, appelée le *primum movens* (Callon, 1986), passe tout d'abord par une étape de problématisation définie comme un « système d'alliances, nous disons d'associations, entre des entités dont elle définit l'identité ainsi que les problèmes qui s'interposent entre elles et ce qu'elles veulent » (Callon, 1986, pp.184-185). Au sein de la problématisation, nous retrouvons trois éléments : le *primum movens* qui est donc l'entité à la base de cette problématisation, l'entre-définition qui consiste à identifier les entités à recruter et à définir leur identité et ce qui les lie et le point de passage obligé qui consiste à rendre cette problématisation incontournable pour que les entités souhaitent rejoindre le réseau (Mélard, 2023). La seconde étape est l'intéressement, étape comprenant « l'ensemble des actions [prenant place dans des dispositifs] par lesquelles [l'entité qualifiée de *primum movens*] s'efforce d'imposer et de stabiliser l'identité des autres acteurs qu'elle a définis par sa problématisation » (Callon, 1986, p.185). La troisième étape est l'enrôlement, étape au cours de laquelle les entités acceptent l'identité qui leur a été attribuée par l'entité à la base du réseau (Callon, 1986). Finalement, la dernière étape comprend l'établissement des porte-paroles qui sont des entités qui sont enrôlées et qui vont devenir capables de parler au nom de toutes les autres. Il est également important d'aborder les notions d'alliés et de traduction concurrente qui seront utilisées plus loin et qui font respectivement référence aux entités (ou actants) mobilisées par le *primum movens* pour constituer et étendre le réseau (ou collectif) sociotechnique et aux entités (ou actants), vues comme des concurrentes, qui tentent de définir autrement que le *primum movens* l'identité des entités à enrôler.

1.2.2. *L'innovation par retrait*

L'innovation par retrait se retrouve aujourd'hui dans un nombre croissant de domaines : l'alimentation sans viande ou sans gluten, l'agriculture sans labour, les cosmétiques sans parabène ou sans silicone, la ville sans voiture, la société sans nucléaire, etc. Le secteur du textile et de l'habillement suit cette tendance amorcée dans d'autres secteurs et, cela, à différentes étapes de la vie des textiles. En effet, de plus en plus d'innovations y voient le jour pour inciter « à *faire sans*, ou *faire avec moins* de substances ou entités incriminées pour les effets négatifs qu'elles auraient sur les corps, les équilibres socioéconomiques ou les milieux naturels » (Goulet & Vinck, 2022, p.9) : utiliser moins d'eau, d'énergie et de produits chimiques pour produire les vêtements, réduire le nombre d'intermédiaires et de kilomètres parcourus par ceux-ci ou encore diminuer la quantité de déchets engendrés par cette industrie en sortant de la culture du jetable induite par la fast fashion. Derrière ces innovations, nous retrouvons la volonté de faire mieux (Goulet & Vinck, 2022), de supprimer ou de réduire des entités techniques (comme les pesticides ou les déchets) ou humaines (comme les nombreux intermédiaires de la chaîne de valeur), considérées comme néfastes, pour améliorer ce modèle qui a actuellement des impacts désastreux tant sur l'environnement et l'humain que sur l'économie. Dans ces innovations, « l'élément structurant est justement le retrait d'un des éléments du réseau sociotechnique, même si divers autres éléments sont introduits, retirés ou transformés » (Goulet & Vinck, 2012, p.197).

L'innovation par retrait nous invite alors à revoir la manière d'aborder la théorie de l'acteur-réseau. En effet, bien que certains chercheurs aient abordé cette idée de détachement auparavant, notamment Callon, dans son texte de référence de 1986 « *Éléments pour une sociologie de la traduction : la domestication des coquilles Saint-Jacques et des marins-pêcheurs dans la baie de Saint-Brieuc* », lorsqu'il parlait de « défaire les associations préexistantes à l'introduction de l'innovation » (Callon, cité dans Goulet & Vinck, 2012, p.198), ces mécanismes de dissociation ou de détachement ont été peu approfondis. Pourtant, il ne peut y avoir de nouvelles associations sans en rompre des préexistantes et en découle alors un intérêt pour les mécanismes du retrait et du détachement (Goulet & Vinck, 2012). Cette nouvelle considération nous pousse à élargir le principe de symétrie, prenant en compte non seulement les humains et les non-humains de façon symétrique (tous deux capables d'action), mais aussi la volonté d'« étudier de la même manière les associations et les dissociations, les attachements et les détachements qui s'opèrent » (Goulet & Vinck, 2012, p.198), le détachement ne pouvant plus être considéré comme quelque chose de négatif. Selon Goulet et Vinck, l'hypothèse qui en découle est donc que « ce qui fait la force d'une innovation est autant la robustesse et la quantité de liens durablement rompus que la quantité et la robustesse des liens qui associent des entités à un projet innovant » (2012, p.199).

L'étude de différents cas d'innovation par retrait répertoriés dans le livre « *Faire sans, faire avec moins : les nouveaux horizons de l'innovation* » (2022) de Frédéric Goulet et Dominique Vinck a montré que se détacher d'éléments qui sont aujourd'hui pleinement ancrés dans nos sociétés comme le labour, le gluten, la viande, les pesticides ou encore les emballages n'est pas une tâche simple qui demanderait uniquement de retirer l'élément ou de le remplacer par un autre. En effet, le détachement de ces produits et technologies demande de revoir le modèle, de reconfigurer voire de réinventer nos sociétés (Vinck, 2022). C'est aussi le cas pour l'industrie du textile et de l'habillement dans laquelle la fast fashion a favorisé une production et une consommation fondées sur la culture du jetable désormais totalement ancrée dans nos sociétés et dont il est difficile de se détacher. Au sein de ce mémoire, nous tenterons donc de mettre en lumière les mécanismes qui permettent de favoriser l'émergence d'alternatives souhaitant s'éloigner de la culture du jetable prônée par la fast fashion. La suite de cette partie se concentre donc sur la présentation de quelques mécanismes soulevés dans différents cas d'innovation par retrait et qui pourront potentiellement être utilisés dans l'analyse de ces alternatives.

Au sein de leur étude réalisée en France sur les techniques agricoles sans labour (2012), cas bien particulier d'innovation par retrait, Frédéric Goulet et Dominique Vinck ont permis de mettre en évidence quatre mécanismes qui ont facilité le passage à ces techniques sans labour, ce dernier étant initialement un élément constitutif de l'agriculture conventionnelle (Vankeerberghen & Stassart, 2016).

(1) Le premier mécanisme, l'association centrifuge, consiste à associer à l'entité de laquelle nous souhaitons nous détacher des entités indésirables pour la société et situées en périphérie du réseau (Goulet & Vinck, 2022; Vinck, 2022). Ces associations permettent d' « en faire un point de passage à éviter, symétrique au fameux point de passage obligé de Michel Callon » (Callon, 1986, cité dans Goulet & Vinck, 2022, p.11). Dans l'étude réalisée par Goulet et Vinck, le labour est par exemple placé au centre de plusieurs périls (économique, environnemental et immobiliste), associé à une technique arriérée et présenté comme une menace tant pour le portefeuille des agriculteurs (notamment au travers de l'importante quantité de carburant nécessaire pour labourer) que pour la bonne santé des sols.

(2) Le second mécanisme consiste en la mise en visibilité de choses connotées positivement, mais qui étaient autrefois invisibilisées (Vinck, 2022). Dans l'étude sur les techniques sans labour, la vision du sol est transformée ; il n'est plus un simple substrat sur lequel les agriculteurs cultivent, il devient un actant à part entière abritant une activité biologique bénéfique pour pratiquer l'agriculture, dont les vers de terre qui permettent de réaliser le travail des laboureurs. Quant aux connaissances des agriculteurs, elles sont davantage valorisées.

(3) Le troisième mécanisme consiste à rendre invisibles des entités qui risquent de créer une polémique. Dans le cas des techniques sans labour, leur développement a nécessité l'utilisation de substances comme le glyphosate, produit controversé tant pour la santé que pour l'environnement, permettant d'éliminer les végétaux résultant de la non pratique du labour et celui-ci a été invisibilisé dans le narratif utilisé par les agriculteurs.

(4) Finalement, le quatrième mécanisme est relatif à « l'association de nouvelles entités de toutes sortes qui permettent l'établissement de nouveaux collectifs sociotechniques assurant les fonctionnalités du nouvel ensemble obtenu une fois le retrait opéré » (Barbier & Trépos, 2007, cités dans Goulet & Vinck, 2022, p.12). Parmi ces entités, nous retrouvons par exemple les herbicides, les semoirs ou encore les événements organisés autour du non-labour.

Au sein d'une vidéo postée sur la chaîne YouTube Origens Medialab (2022), Dominique Vinck a mis en évidence sept autres mécanismes relevés dans d'autres cas d'innovation par retrait que celui des techniques sans labour et il est donc également intéressant de les présenter.

(1) Tout d'abord, le chercheur souligne le fait que « le retrait n'est pas un simple retour en arrière, mais vraiment un stimulant à la créativité ; il constitue de nouveaux défis pour inventer des choses » (Vinck, 2022). En effet, il explique que le retrait nécessite de la créativité, de l'imagination, de pouvoir innover pour proposer des solutions, de nouveaux savoirs et pratiques, mais aussi d'introduire de nouveaux objets techniques qui vont permettre de le faciliter.

(2) Par ailleurs, Dominique Vinck met en avant la difficulté rencontrée pour quantifier la valeur du retrait. En effet, il explique que les économistes ont plutôt l'habitude de quantifier des choses qui sont ajoutées et non qui sont retirées et nous pouvons donc nous demander si ce retrait doit être comptabilisé comme un gain ou comme une perte de valeur, surtout dans le cas où ce retrait est par exemple positif pour la planète ou pour la santé.

(3) À cela s'ajoute le fait que « le retrait est souvent associé à tout un imaginaire, un narratif, qui connote le retrait positivement, comme étant un retour aux origines, à la pureté » (Vinck, 2022), la volonté de laisser faire les choses. Pour illustrer cela, Dominique Vinck parle d'un exemple s'intéressant à l'éducation sans les professeurs dans laquelle les enfants se baseraient sur leurs propres compétences plutôt que sur un cadre scolaire imposé par les professeurs. Il souligne le fait que les acteurs utilisent vraiment la notion de « retour aux origines » plus que de « retour en arrière », qui est, elle, plutôt connotée négativement et utilisée par les détracteurs du retrait.

(4) En outre, comme expliqué plus haut, Dominique Vinck insiste sur le fait que le retrait n'est pas simple, car il ne consiste pas simplement à changer une chose par une autre. Le retrait nécessite un réel réarrangement de tout un modèle avec des bouleversements, des retraits, des transformations, des ajouts, des résistances, des combats, etc.

(5) De plus, le chercheur met en évidence la notion d'intensité variable du retrait, expliquant que, bien souvent, les cas étudiés arrivent à un retrait, mais que celui-ci peut être partiel et qu'il est donc important d'utiliser la nuance lorsque nous qualifions ce retrait.

(6) Ensuite, le chercheur souligne que le retrait peut parfois être relatif à une croyance plutôt qu'à un produit ou à une technologie. En effet, il explique pour exemple qu'il existe une croyance fortement ancrée selon laquelle la solution pour permettre un partage de données entre les acteurs du secteur agricole serait de créer une base de données centralisées accessible à tous, chose qui est extrêmement complexe étant donné la multiplicité des acteurs et des intérêts présents dans ce domaine. Cependant, cette croyance est tellement ancrée dans les imaginaires qu'aucune autre proposition de solution n'a sa place actuellement.

(7) Finalement, Dominique Vinck explique l'importance de prendre en compte le système sociotechnique dans lequel s'ancre le produit, la technologie ou la croyance dont l'innovation souhaite se détacher, car le retrait ou la substitution de cet élément ne permettra pas de changer tout le modèle dans lequel il s'inscrit.

Comme expliqué précédemment, la pertinence de la description des mécanismes ci-dessus réside dans le fait qu'ils pourront potentiellement être réappliqués à l'étude des initiatives qui souhaitent se détacher de la culture du jetable prônée par le modèle de la fast fashion.

2. État des lieux et état de l'art

Dans cette partie, nous nous concentrons sur un mélange entre un état des lieux et un état de l'art présentant le régime sociotechnique dominant de l'industrie du textile et de l'habillement, la fast fashion. Nous la présentons dans toutes ses composantes pour mieux comprendre son émergence, son fonctionnement, ses conséquences et la volonté croissante d'acteurs de s'en détacher en ce qui concerne la fin de vie des textiles. Le choix de présenter le régime de la fast fashion dans son ensemble et pas seulement concernant la fin de vie des textiles est un choix conscient et volontaire étant donné que les détachements et attachements au régime peuvent se faire à d'autres niveaux que celui de la fin de vie des textiles.

2.1. Le régime sociotechnique dominant : la fast fashion

Nous proposons ici une description du régime dominant de la fast fashion en six parties. Tout d'abord, nous présentons l'histoire de la mode ayant mené au développement du modèle de la fast fashion et à son exacerbation. Ensuite, nous définissons ce modèle et présentons ses principales caractéristiques. Cette description exemplifie ensuite le modèle par la présentation de deux grandes marques de fast fashion : Zara et H&M. Nous présentons également les différentes étapes du cycle de vie des vêtements ainsi que leurs conséquences sociales, environnementales et économiques avec un focus final sur les déchets textiles, leur production, leur traitement ainsi que le cas de l'exportation de ceux-ci. Puis, cette description met en lumière le modèle de l'ultra fast fashion ayant amplifié la culture du jetable et la quantité de déchets textiles produits. Enfin, elle est constituée d'un tableau récapitulatif reprenant les éléments du paysage sociotechnique ayant favorisé l'émergence de la fast fashion, les grandes caractéristiques de ce régime sociotechnique dominant ainsi que ses principales conséquences.

2.1.1. *Un peu d'histoire*

Pour mieux comprendre l'émergence et le développement du modèle dominant de la fast fashion et la volonté croissante d'acteurs de s'en détacher, il est tout d'abord important de nous intéresser à l'histoire de la mode. La mode vestimentaire « désigne l'actualité et la nouveauté, ce qui est tendance, ce qu'il faut porter à un moment précis pour être reconnu comme une personne de bon goût » (Lehoux & Ruiz, 2020, p.10). La mode a évolué au cours du temps en suivant les changements économiques et sociaux de nos sociétés, mais de nos jours, nous assistons presque quotidiennement à l'émergence de nouvelles tendances (Lehoux & Ruiz, 2020). Aujourd'hui, les vêtements sont omniprésents dans nos vies et leur fonction a progressivement évolué d'un aspect purement fonctionnel lors de leur apparition à la préhistoire à un élément constitutif de notre identité pour exprimer notre propre style quelques milliers d'années plus tard (Lehoux & Ruiz, 2020).

L'histoire du vêtement démarre donc à la préhistoire. En effet, lors de leur installation dans les zones froides, nos ancêtres ont pour la première fois recours à des peaux d'animaux pour se prémunir du froid, raison purement fonctionnelle à cette époque (Lehoux & Ruiz, 2020; Musée national d'Histoire naturelle, s.d.). Selon Ramade (2020), les premiers vêtements tissés par l'homme apparaissent toutefois plus tard, en 9000 avant Jésus-Christ en Mésopotamie, lorsque des agriculteurs et éleveurs créent des vêtements à partir de la laine de leurs animaux. Toujours selon Ramade (2020), dans d'autres régions du monde, ce sont d'autres fibres naturelles, comme le coton, puis le lin et la soie qui sont utilisées pour fabriquer des vêtements et vont progressivement être exportées pour le commerce et arriver en Europe.

C'est au cours du Moyen Âge et de la Renaissance que la mode se développe, les beaux vêtements fabriqués à la main et sur mesure par des artisans étant un signe de démarcation pour les classes

sociales les plus riches tandis que, pour les classes plus pauvres, ce sont les femmes qui s'occupent à domicile de la confection et de la réparation des vêtements (Lehoux & Ruiz, 2020). Ce modèle artisanal et local reste la norme jusqu'au XIXe siècle (Sbai, 2018, citée dans Le Morvan, 2019).

L'invention de la machine à vapeur par James Watt au XVIIIe siècle est un tournant pour l'industrie du textile et de l'habillement qui connaît au XIXe siècle un véritable bouleversement. Ce secteur s'industrialise et ce sont des pays comme le Royaume-Uni et la France qui connaissent les premiers cette révolution d'ordre technique qui divise la fabrication des vêtements en plusieurs étapes bien distinctes : le filage, le tissage et la confection (Lehoux & Ruiz, 2020; Ramade, 2021). Les vêtements commencent à être produits en masse et les tailles se standardisent (Lehoux et Ruiz, 2020). Cette révolution d'ordre technique « entraîne une baisse des coûts de fabrication et une meilleure capacité de contrôle de la qualité » (Thirifay, 2021, p.3).

Au milieu du XIXème siècle, le Bon Marché, premier grand magasin, voit le jour et modifie la conception de l'achat, devenant un véritable divertissement, puis la haute couture commence à se développer (Lehoux & Ruiz, 2020). Ensuite, en Europe et en Amérique du Nord, la volonté pour les créateurs d'accroître leur clientèle et de faire du profit ainsi que les différentes inventions techniques du secteur du textile et de l'habillement mènent progressivement au développement du « 'prêt-à-porter', lequel oscille entre flexibilité (pour s'adapter à la demande) et standardisation (pour réaliser des économies d'échelle) » (Le Morvan, 2019, p.8).

Durant les années 1930, nous assistons à l'invention de la première fibre synthétique, le nylon, par la marque américaine Dupont de Nemours et cette fibre constitue une véritable révolution technologique permettant d'obtenir des fibres résistantes avec « un faible coût de production, une facilité de tissage et une plus grande conservation des couleurs » (Ramade, 2021).

Le développement économique qui suit la Seconde Guerre Mondiale permet aux ménages de consacrer une part plus importante de leur budget à l'habillement tandis que le prêt-à-porter prend de l'ampleur à partir des années 1950 et propose de nombreux vêtements standardisés et peu chers à produire (Compaoré, 2019; Le Morvan, 2019). À cette époque, de nouvelles fibres textiles synthétiques comme le polyester, le polypropylène, l'acrylique ou encore l'élasthane voient le jour et peuvent donc être fabriquées dans des pays avec une main d'œuvre meilleur marché (Le Morvan, 2019). Ainsi, ces fibres commencent à dominer le marché.

Selon Ruiz et Lehoux, dans les années 1960, les vêtements deviennent progressivement une manière d'exprimer son identité, ils sont de plus en plus achetés par envie et non par besoin et commence dès lors à se développer une culture du jetable (2020). Avec la mondialisation qui s'amorce dans ces mêmes années, notamment suite à de nombreux accords commerciaux, nous assistons à un transfert progressif, qui s'accroît dans les années 1980 et 1990, de la production des pays où l'industrie textile s'est au départ développée (Europe et Amérique du Nord) vers des pays d'Asie comme le Bangladesh, l'Inde ou la Turquie (Jacometti, 2019) ; soit des pays en développement où la main d'œuvre est peu chère et les conditions de travail peu régulées permettant ainsi de réduire les coûts de production et ainsi les prix de vente. En effet, en raison de l'importante main d'œuvre nécessaire dans cette industrie et des coûts associés, l'industrie du textile et de l'habillement est celle « qui subit le plus tôt les lois de la mondialisation » (Ammar & Roux, 2009, p.101). La délocalisation est également rendue possible par l'invention du conteneur qui permet d'optimiser le transport (Lehoux & Ruiz, 2020). Cette délocalisation a fait disparaître, dans des pays comme la Belgique et la France, des pans entiers de savoir-faire et de techniques (Moulinet-Govoroff, 2020). Cependant, la mondialisation de l'industrie de la mode permet, grâce à la baisse des coûts de production et des prix des vêtements qui s'en suit, de démocratiser la mode, la rendant accessible au plus grand nombre et menant à

l'émergence d'une société de consommation, accentuée par le développement du marketing et de la publicité (Hackett, 2015). À cette époque, la Chine est le principal pays producteur, à l'origine des deux tiers des vêtements vendus mondialement (Ramade, 2021).

Des années 1980 aux années 1990, l'industrie du textile et de l'habillement voit son phénomène de délocalisation s'accroître, facilité par le développement des technologies de l'information et de la communication et menant progressivement à l'émergence du modèle de la fast fashion (Bhardwaj & Fairhurst, 2010; Compaoré, 2019). Les différentes révolutions techniques et technologiques ainsi que la forte baisse des coûts de main d'œuvre due à la mondialisation et la recherche constante des coûts les plus bas exacerbent progressivement le modèle. Le phénomène de délocalisation s'accroît encore dans les années 2000, cet élément s'expliquant notamment par la libéralisation commerciale facilitant l'arrivée de produits asiatiques (Ammar & Roux, 2009). Toutefois, la hausse des coûts de main d'œuvre en Chine dans les années 2000 ainsi que la recherche de coûts de production toujours plus faibles induisent une nouvelle délocalisation de la production vers des pays d'Asie du Sud-Est comme le Bangladesh, qui devient ainsi le deuxième pays exportateur de vêtements (Ramade, 2021).

Selon Jacometti, « en seulement deux décennies, la production de vêtements a presque doublé, sous l'effet d'une augmentation du nombre de vêtements achetés chaque année par un consommateur moyen, elle-même due au phénomène de la fast fashion, avec ses prix bas et l'augmentation du nombre de collections de vêtements offerts chaque année aux consommateurs » (2019, p.1). Nous avons assisté à un important changement de rapport à l'habillement : moins d'achats utiles et occasionnels, plus d'achats compulsifs, peu chers et pour rester tendance. Ce modèle linéaire est aujourd'hui devenu dominant dans l'industrie du textile et de l'habillement, élément constaté par la multiplication des marques se basant sur celui-ci : H&M, Zara, Mango, Only, C&A, Pull&Bear, etc. Si ce modèle se développe depuis les années 1990, ce n'est toutefois que depuis la fin des années 2000 et l'expansion de ce modèle que l'expression « fast fashion » s'est propagée dans les médias et le langage courant (Veillard, 2018).

Ces dernières années, nous avons également assisté à l'arrivée du géant de l'industrie textile Shein et, avec celui-ci, au développement de l'ultra fast fashion qui compte parmi ses adeptes d'autres marques telles que Boohoo ou Pretty Little Things. Il s'agit de sociétés présentes uniquement en ligne et basées sur un renouvellement des collections encore plus fréquents, proposant jusqu'à un demi-million de pièces sur leur site (Bovon & Perrin, 2020; Wakim, 2024).

2.1.2. Définition et principales caractéristiques

Sur base de l'historique présenté précédemment, il est important de souligner le fait qu'alors que nous pouvions penser qu'il s'agissait d'un secteur accessoire, l'industrie du textile et de l'habillement participe aujourd'hui activement à la structuration sociale et économique du monde, cette industrie valant « 2,4 billions de dollars et employant 300 millions de personnes dans le monde » (Adamkiewicz & al., 2022, p.1). Toutefois, selon l'Agence européenne pour l'environnement (AEE), « en 2020, la consommation de textile par personne en moyenne dans l'UE nécessitait 400m² de terrains, 9m³ d'eau, 391kg de matières premières et a généré une empreinte carbone d'environ 270kg » (Parlement européen, 2020). Si ces chiffres peuvent sembler disproportionnés, ils sont pourtant représentatifs du modèle de la fast fashion qui prévaut désormais en Europe comme dans le reste du monde. La fast fashion (pouvant notamment être traduite par mode rapide ou jetable en français) est définie par Velasco-Molpeceres, Zarauza-Castro, Pérez-Curiel et Mateos-González comme « un modèle industriel qui consiste en une production rapide et à grande échelle d'articles de mode, caractérisés par leur faible coût et leur temps de vente court en raison de la circulation rapide des produits dans les magasins, ce qui entraîne une augmentation de la consommation » (2023, p.1). Elle se base sur trois

éléments principaux : le temps, le consommateur et le design (Cachon & Swinney, 2011, cités dans Compaoré, 2019). Il faut pouvoir proposer dans un laps de temps très court les dernières tendances à prix bas et susciter le désir chez les consommateurs.

Pour cela, la fast fashion repose sur des caractéristiques bien particulières qui vont être présentées ci-dessous.

Tout d'abord, selon Veillard, la fast fashion a fait passer l'industrie du textile et de l'habillement « d'un modèle de production 'push', où les tendances sont définies par les designers, vers un modèle 'pull', dans lequel les marques s'adaptent aux désirs des consommateurs/trices » (2018, p.13), cet élément multipliant le nombre de collections proposées pour suivre les tendances. Aujourd'hui, pour définir leurs tendances et optimiser leur production, les marques de fast fashion s'appuient sur une construction impersonnelle des tendances, se basant essentiellement sur des reproductions de vêtements de créateurs à bas prix ainsi que sur les données des utilisateurs et l'intelligence artificielle pour prévoir les évolutions des tendances et de la demande (Bovon & Perrin, 2020; IA School, s.d.).

Il est ensuite important d'amener des précisions concernant la question des reproductions. En effet, selon Bovon et Perrin (2020), ces enseignes ne proposent pas de produits originaux, mais des inspirations, voire des copies, de produits existants, souvent créés par des marques de luxe ou des marques conceptuelles, qu'elles conçoivent à un rythme effréné. Selon Brewer, le manque de protection juridique de la propriété intellectuelle des créateurs dans le secteur de la mode a mis en péril sa valeur, rendant particulièrement aisées les reproductions par les marques de fast fashion et renforçant encore davantage la culture du jetable par la production effrénée de copies des dernières tendances (2019). Selon Bovon et Perrin (2020), pour éviter d'être poursuivies en justice pour atteinte à la propriété intellectuelle, les marques développent un cahier des charges avec un nombre minimum de points de différences à respecter. La marque Zara emploie par exemple 700 dessinateurs contraints de signer une clause de confidentialité. Si certaines marques de fast fashion sont parfois poursuivies en justice par des créateurs pour plagiat, il arrive souvent que les procès n'aboutissent pas ou que ces créateurs n'aient pas les moyens nécessaires pour assumer un procès face à ces géants de la mode (Brewer, 2019). Tous ces éléments accentuent donc encore un peu plus la culture du gaspillage sur laquelle repose le modèle de la fast fashion, fragilisant les petits créateurs et rendant les marques de fast fashion difficilement atteignables.

En outre, la fast fashion est basée sur le lean management, une méthode d'organisation du travail inventée par la marque Toyota dans les années 1970 et reposant « sur deux piliers : la minimisation des coûts de production et le 'juste à temps', c'est-à-dire la production en flux tendu, afin de réduire les délais d'approvisionnement » (Veillard, 2018, p.13), ces éléments permettant de suivre les dernières tendances. Aujourd'hui, les délais d'approvisionnement ont tellement été réduits qu'ils peuvent atteindre moins d'un mois (Veillard, 2018). Quant au renouvellement des collections, il est passé de deux collections par an à une collection par semaine pour certaines marques (Les Amis de la Terre France, 2023). Cela a été facilité par la création de chaînes de valeur mondialisées permettant de réduire les délais de production et de distribution et de fournir un alignement entre l'offre et la demande par la liaison entre de multiples acteurs (étant des structures indépendantes les unes des autres) permettant, d'une part, de sous-traiter les étapes de production des vêtements (production des matières premières, filage, tissage, teinture, confection, etc.) dans des pays d'Asie du Sud-Est et d'Afrique où les matières premières et la main d'œuvre sont peu chères et, d'autre part, de concentrer les activités opérationnelles (création, approvisionnement et distribution) dans les pays d'Europe tirant profit des technologies de l'information et de la communication dans leurs activités (Cachon & Swinney, 2011; Jacometti, 2019; Thirifay 2021). Cette externalisation de la production à l'échelle mondiale « rend

la filière particulièrement opaque et empêche une traçabilité complète des chaînes de valeur » (Thirifay 2021, p.5).

Par ailleurs, plutôt que d'utiliser les médias traditionnels pour faire leur publicité, les enseignes de fast fashion se concentrent sur les nouveaux canaux de communication permettant une diffusion rapide des tendances et une relation individualisée et personnalisée avec les utilisateurs : les réseaux sociaux et les influenceurs (Bovon & Perrin, 2020; Brewer, 2019).

À cela s'ajoute le fait qu'en proposant de très nombreux modèles de vêtements répondant à tous types de goûts vestimentaires, la fast fashion crée un sentiment de rareté et une obsolescence émotionnelle dépendant « non pas de la capacité d'un vêtement à remplir sa fonction d'habillement, mais bien de s'il est 'démodé' ou non » (Les Amis de la Terre France, 2023, p.4), cela entraînant un énorme gaspillage de vêtements et une masse de déchets textiles.

Enfin, les bas prix proposés par la fast fashion permettent d'éviter le remord de l'acheteur, c'est-à-dire la volonté de ramener un article acheté trop cher (Bovon & Perrin, 2020). Le modèle a d'ailleurs permis de réduire le budget alloué par les ménages à l'habillement malgré l'augmentation de la quantité de vêtements achetés, le faisant passer d'un tiers du budget au milieu du XXème siècle à 5% aujourd'hui (Bovon & Perrin, 2020).

Reposant sur une culture du gaspillage, le modèle de la fast fashion a fait exploser le nombre de vêtements mis sur le marché, la quantité de déchets textiles et le chiffre d'affaires de l'industrie du textile et de l'habillement et ce avec des conséquences sociales, économiques et environnementales engendrées durant tout le cycle de vie des vêtements. Selon la Fondation Ellen MacArthur, « au cours des 15 dernières années, la production de vêtements a presque doublé » (2017, p.18), passant de 50 milliards à plus de 100 milliards de vêtements produits. D'ici 2030, l'industrie devrait encore croître de 60% (Bovon & Perrin, 2020).

2.1.3. Quelques marques de fast fashion

Cette partie se concentre sur la présentation de deux grandes marques s'inscrivant dans le modèle de la fast fashion, Zara et H&M, nous permettant d'exemplifier ce modèle et de comprendre comment les alternatives qui seront présentées plus bas s'en détachent. Notre choix s'est porté sur ces marques étant donné qu'il s'agit de grandes marques souvent citées dans les documentaires, articles et livres que nous avons consultés ainsi que par les personnes rencontrées dans le cadre de cette recherche.

2.1.3.1. Zara

Selon Bovon et Perrin (2020), la marque à la base du modèle de la fast fashion est Zara, développée dans les années 1970 par le couturier espagnol Amancio Ortega. À cette époque, le luxe séduit la population et le couturier souhaite proposer des déclinaisons de marques de luxe à bas prix. Aujourd'hui, Zara a réussi à s'imposer, possédant plus de 2000 magasins dans près de 100 pays ainsi qu'une boutique en ligne. Cette marque, tout comme Bershka, Massimo Dutti, Stradivarius ou encore Bull&Bear, fait partie du groupe en tête des entreprises de fast fashion, le groupe espagnol Inditex, lui aussi aujourd'hui géré par Amancio Ortega. Ce groupe vaut 26 milliards d'euros et réalise presque 3 milliards d'euros de bénéfices par an. Contrairement à la plupart des marques de fast fashion qui ont sous-traité une bonne partie de leurs activités, Zara a choisi de garder la mainmise sur toutes les étapes de fabrication de ses vêtements, ce qui lui permet non seulement d'imposer une production intensive, mais aussi de mieux maîtriser ses coûts. Alors que pour d'autres entreprises, il faut plusieurs mois entre le développement de l'idée du vêtement à sa vente en magasin, pour Zara, il faut à peine 4 semaines, un très court délai contribuant à la culture du jetable sur laquelle repose la fast fashion.

2.1.3.2. H&M

C'est en Suède, par l'intermédiaire de son fondateur Erling Persson qui s'inspire du modèle de production de masse qui se développe aux États-Unis, que la marque voit le jour en 1947, proposant des vêtements qualitatifs et à bas prix, dans un premier temps sous forme d'une marque de vêtements pour femmes appelée « Hennes » pour ensuite étendre son offre aux hommes en rachetant en 1968 l'entreprise Mauritz, un magasin de matériel de chasse, la marque devenant ainsi H&M pour Hennes&Mauritz (Les Echos Start, 2018; Pizzuto, s.d.). À partir des années 1970, la marque prend de l'ampleur d'abord en proposant de plus en plus de produits (vêtements enfants, cosmétiques, etc.), puis en entrant en bourse, en s'implantant en Europe puis à l'international dans les années 1980 et 1990, puis en rachetant et en développant dans les années 2000 de nouvelles marques comme Cheap, Monday, &Other Stories, Monki, Cos et Weekday et finalement en procédant à une importante expansion de son nombre d'employés (171 000) et de magasins (plus de 4500) (Le journal des femmes, 2021; Les Echos Start, 2018).

Le développement de la fast fashion, son rythme effréné et la délocalisation croissante du secteur ont entraîné une baisse de la qualité des produits de la marque H&M réalisés dans des conditions sociales et environnementales de plus en plus impactantes et questionnables. Ces dernières années, l'enseigne s'est retrouvée au cœur de multiples polémiques mettant en péril son image : dénonciation par les médias des mauvaises conditions de travail des ouvriers travaillant pour la marque, développement de collections présentées comme durables et accusées de greenwashing, incinération d'une grande quantité d'inventus, etc. (Les Echos Start, 2018).

2.1.4. *Economie linéaire de la fast fashion et conséquences*

La fast fashion s'inscrit dans un modèle linéaire de production, de distribution et d'utilisation dans lequel les matières premières sont transformées en vêtements au cycle de vie court, car ils finiront la plupart du temps par être jetés sans être réintroduits dans le circuit (Ellen MacArthur, 2017). Elle constitue un modèle fortement problématique, « [contribuant] à une culture du jetable et à une demande insatiable des consommateurs pour les dernières contrefaçons des pièces 'it' de la saison » (Brewer, 2019, p.1). Ce modèle a d'ailleurs porté l'industrie du textile et de l'habillement à la place de deuxième industrie la plus polluante juste après l'industrie pétrolière (Jacometti, 2019). Il est intéressant de souligner le fait qu'en raison des nombreux scandales sociaux auxquels elle a été confrontée, dont l'effondrement du Rana Plaza en 2013 provoquant la mort de 1135 ouvriers, l'industrie du textile et de l'habillement s'est d'abord attaquée à ses aspects sociaux problématiques, laissant de côté les aspects environnementaux (Adamkiewicz & al., 2022; Lehoux & Ruiz, 2020).

Dans cette partie, nous allons approfondir les différentes étapes du cycle de vie des vêtements ainsi que leurs conséquences sur l'économie, l'environnement et l'humain. Toutefois, avant cela, il est important de soulever plusieurs constatations plus générales.

Il est tout d'abord intéressant de mettre en lumière le fait que, dans l'industrie du textile et de l'habillement, ce n'est pas le vêtement pris individuellement qui pollue beaucoup, mais plutôt la masse de vêtements produits qui est problématique. Il est donc important de souligner que même en réduisant l'impact écologique d'un vêtement, continuer à produire des vêtements supplémentaires pollue (Wakim, 2024).

Ensuite, cette industrie consomme de grandes quantités d'eau. En effet, elle est le troisième secteur consommateur d'eau dans le monde, après la culture de blé et de riz (Bornot, 2022), car elle nécessite de grandes quantités d'eau pour la production des matières premières comme le coton et pour les différentes étapes de traitement des tissus et cela dans des pays dans lesquels l'eau est souvent une

denrée rare (Le Morvan, 2019; Sbai, 2018). Pour donner quelques chiffres, l'industrie du textile et de l'habillement utilise annuellement 79 milliards de mètres cubes d'eau (Sbai, 2018).

En outre, selon la Fondation Ellen MacArthur, cette industrie repose essentiellement sur la consommation de ressources non renouvelables (pétrole, pesticides, etc.) (2017).

Par ailleurs, selon l'Agence européenne pour l'environnement, en 2020, ce secteur était la troisième plus grande source de dégradation de l'eau et d'utilisation des terres (2024).

Finalement, selon le Parlement européen, ce secteur est responsable de 10% des émissions mondiales de CO₂ (2020). Selon l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (ADEME), « en 2050, le secteur textile émettrait même 26% des émissions globales de gaz à effet de serre si les tendances actuelles se poursuivent » (s.d.) alors que cette industrie devrait « diviser par 3 ses gaz à effet de serre pour respecter les objectifs de l'accord de Paris, c'est-à-dire les conditions pour rester sous les 1,5 degrés de réchauffement climatique » (Bornot, 2022).

Nous allons désormais approfondir les différentes étapes du cycle de vie des vêtements ainsi que leurs conséquences, ce cycle de vie étant divisé en cinq étapes : la production des matières premières, les procédés de transformation, le transport et la distribution, l'utilisation et la fin de vie.

2.1.4.1. La production des matières premières

Il existe trois types de fibres textiles qui constituent nos vêtements : les fibres naturelles, les fibres artificielles et les fibres synthétiques. Les fibres naturelles sont des « matières d'origine naturelle qui peuvent être transformées en fil ou en tissu sans avoir recours à un procédé chimique » (Deraeck, 2020, p.26) et nous y retrouvons des matières telles que le coton, le lin, le chanvre, l'ortie, la laine ou encore la soie. Ensuite, les fibres artificielles sont des « matières d'origine naturelle qui nécessitent un traitement chimique de transformation de leur structure pour en obtenir un fil » (Deraeck, 2020, p.26). Ces fibres sont produites à partir de cellulose de végétaux et sont généralement regroupées sous le nom de « viscose ». Quant aux fibres synthétiques, ce sont « les matières et fibres [produites à partir de pétrole] qui sont le résultat d'une réaction chimique » (Deraeck, 2020, p.26) et nous y retrouvons des matières telles que le polyester, le nylon, l'élasthanne et l'acrylique.

Actuellement, les vêtements produits dans le monde sont principalement constitués de deux types de fibres textiles, le coton (une fibre naturelle) et le polyester (une fibre synthétique), ayant tous deux des impacts sociaux et environnementaux très préoccupants. Il est toutefois important de faire la distinction entre les impacts de ces deux types de fibres, car les problèmes ne se situent pas aux mêmes niveaux.

D'une part, le coton est une matière naturelle cultivée pour produire des vêtements depuis des milliers d'années. Devenu la fibre phare de la Révolution industrielle avant d'être concurrencé par les fibres synthétiques (polyester, élasthanne, nylon, etc.) dans les années 1960, puis devancé au début des années 2000 (Voora, Bermudez, Farrell, Larrea & Luna, 2023), il ne constitue aujourd'hui plus que 26% des vêtements sur le marché textile mondial contre plus de 51% pour le polyester (Deraeck, 2020). Le coton est aujourd'hui cultivé principalement dans six pays, la Chine, l'Inde, les Etats-Unis, le Pakistan, le Brésil et l'Ouzbékistan (Lehoux & Ruiz, 2020), pays dans lesquels il est considéré comme étant la fibre avec le plus gros impact environnemental. En effet, tout d'abord, sa culture est source d'une surexploitation de la main d'œuvre, principalement des femmes et des enfants. En Ouzbékistan, pays dans lequel le coton est surnommé l'or blanc national, cette matière première est cultivée pour le gouvernement qui n'hésite pas à menacer les travailleuses qui opposeraient une résistance (Prijot & Verbeke, 2018). Ensuite, alors que sa culture ne représente que 2,4% des terres cultivées au niveau mondial, elle nécessite de grandes quantités d'organismes génétiquement modifiés (OGM), d'engrais

et de pesticides, car elle est particulièrement soumise à la pression des insectes ravageurs (GEIE Alliance Environnement, 2007) et elle est une des causes de la déforestation des forêts du Cerrado au Brésil (Garnier, 2024). Cette culture utilise 4% des fertilisants à l'azote et au phosphore dans le monde (ADEME, s.d.), 11% des ventes mondiales de pesticides et 25% de celles des insecticides (FAOstat, 2000, cité dans GEIE Alliance Environnement, 2007). La plupart de ces produits chimiques sont toxiques, polluent l'eau, les sols et l'air et contaminent les travailleurs qui les emploient autant que la biodiversité. La culture du coton est également une grande consommatrice d'eau. En effet, elle en nécessite 20 000 litres pour produire un seul kilogramme de coton (World Wide Fund, s.d.), soit cent fois plus que la production d'un kilogramme de polyester (Lehoux & Ruiz, 2000). Ces énormes quantités d'eau prélevées pour le coton dans des pays où l'eau manque déjà finissent par épuiser certaines ressources en eau. C'est par exemple le cas de la mer d'Aral en Ouzbékistan qui était il y a 50 ans le 4^{ème} plus grand lac de la planète et qui est aujourd'hui presque vide (Lopez & Belanger, 2018).

Par ailleurs, il existe des alternatives au coton conventionnel, comme le coton biologique ou le coton recyclé, qui permettent de réduire les conséquences de la culture du coton (pas d'utilisation de produits chimiques et d'OGM, de meilleures conditions de travail, etc.). Toutefois, ces matières sont actuellement peu répandues, le coton biologique constituant par exemple moins de 1% du coton cultivé au niveau mondial (Lopez & Belanger, 2018).

D'autre part, le polyester est une fibre synthétique produite à partir de pétrole, une ressource non-renouvelable, dont la production dégage d'importantes quantités de gaz à effet de serre et il faut 1,5 kg de pétrole pour produire 1kg de polyester (Lehoux & Ruiz, 2020). Selon la Fondation Ellen MacArthur, 342 millions de barils de pétrole sont consommés annuellement pour produire des fibres synthétiques (2017). Le polyester, tout comme les autres fibres synthétiques, est à l'origine d'une importante pollution aux microplastiques, qui se dégradent très lentement et que les stations d'épuration ne sont actuellement pas capables de filtrer, provenant de tout le cycle de vie des vêtements synthétiques (fabrication, lavage et fin de vie) (Henry, Laitala, & Klepp, 2019). Selon l'ADEME, chaque année, « 240 000 tonnes de microparticules de plastique sont ainsi relâchées dans l'environnement dans le monde, soit l'équivalent de plus de 24 milliards de bouteilles en plastique » (s.d.). Ces fibres ont des impacts sur les écosystèmes, mais pourraient aussi constituer un risque pour la santé humaine, car elles se retrouvent dans l'eau que nous buvons, l'air que nous respirons et les animaux marins que nous consommons. Cette pollution aux microplastiques n'est malheureusement plus seulement causée par les fibres synthétiques. Les fibres naturelles « ne se désagrègent plus en raison des nombreux traitements chimiques qui leur ont été appliqués pour leur donner des propriétés particulières (anti-déperlant, repassage facile, etc.) » (Lehoux & Ruiz, 2020, p.28).

2.1.4.2. Les procédés de transformation

Une fois les matières premières produites, elles doivent être transformées pour pouvoir constituer les vêtements. Ces matières sont filées (transformation en fils), le tissu est structuré (assemblage des fils au travers du tissage, du tricotage, etc.) et ce dernier est finalement ennobli (Deraeck, 2020), c'est-à-dire qu'« on le traite pour lui donner des caractéristiques particulières (teinture, blanchissage, thermo-fixant, impression, grattage, entre autres) » (Lehoux & Ruiz, 2020, p.30). Cette fabrication des vêtements a la plupart du temps lieu dans des pays où les conditions de travail et les normes environnementales sont moins contraignantes comme le Bangladesh, l'Inde, la Chine, le Cambodge, la Turquie ou le Maroc. En effet, la délocalisation du secteur textile a concentré la plupart des usines en Asie du Sud-Est et en Afrique dans des pays émergents où « les gouvernements [...] ont rapidement compris l'intérêt d'attirer des ateliers, et leurs capitaux » (Lehoux & Ruiz, 2020, p.43). Cette étape de fabrication des vêtements pose donc également de nombreux problèmes environnementaux et sociaux qui vont être approfondis ci-dessous.

En ce qui concerne les aspects sociaux, bien que l'industrie du textile et de l'habillement soit un secteur très rémunérateur qui fournit des emplois à un grand nombre de personnes dans le monde, dont plus des trois quarts sont des femmes (Lehoux & Ruiz, 2020), elle est à l'origine de nombreux problèmes sociaux. Par la délocalisation, les enseignes de fast fashion « s'affranchissent des normes sociales présentes dans les pays du Nord et peuvent déclinier toute responsabilité vis-à-vis des violations de droits commises par leurs filiales et sous-traitants à l'étranger » (Le Morvan, 2019, p.18). Cette position de supériorité permet à ces enseignes de contraindre toujours plus leurs partenaires en termes de délais et de coûts (Le Morvan, 2019), cela se répercutant sur les travailleurs. Selon Lehoux & Ruiz, ces derniers sont souvent la variable d'ajustement dans la réduction des coûts de production, tant au niveau des salaires que des conditions de travail (2020).

Dans ce modèle de mode, les travailleurs sont exploités ; ils « disposent de très mauvaises conditions de travail que ce soit en termes de salaire (gagnant parfois seulement quelques centimes par heure), d'horaires (allant jusqu'à 12h par jour), d'environnement de travail (travaillant dans des infrastructures vétustes), de protection contre les accidents de travail et les substances chimiques, etc. » (Thiry, 2023). Par exemple, « sur un t-shirt vendu 29€ en Europe, les ouvrières asiatiques touchent en moyenne seulement 0,18€, malgré un temps de travail excédant souvent 12 heures » (Flourens, 2023).

Bien que les différents scandales sociaux des dernières années et leur mise en lumière au travers des médias aient permis de conscientiser le secteur et d'entraîner une légère amélioration des conditions de travail, aujourd'hui, les choses stagnent, cela se marquant notamment par des falsifications de documents plutôt que des mises en conformité des propriétaires d'usines (Lehoux & Ruiz, 2020).

Il est également important de souligner le fait que, même en Europe où les conditions de travail sont plus règlementées, cette industrie tire profit de l'immigration, du travail faiblement rémunéré et exploite les travailleurs. Le cas de Leicester, en Angleterre, en est un bon exemple, car « le quartier des ateliers est devenu une zone de non-droit [...] avec son système opaque de sous-traitance en cascade » (Bovon & Perrin, 2020).

Pour ce qui est des aspects environnementaux, l'étape de fabrication des vêtements est, d'une part, très problématique en termes de consommation d'énergie et d'émissions de gaz à effet de serre et elle est d'ailleurs l'étape qui en dégage le plus (Brewer, 2019; Wakim, 2024). En effet, d'un côté, elle nécessite de grosses machines devant être alimentées en énergie et cela se passe dans des pays utilisant des sources d'énergie fortement carbonées comme le gaz et le charbon (Bornot, 2022). De l'autre côté, les vêtements parcourent de nombreux kilomètres en avion pour effectuer les allers-retours entre les différents pays de production pour subir toutes les étapes de transformation.

D'autre part, l'ennoblissement utilise une grande quantité d'eau et de produits dangereux pour les écosystèmes et les travailleurs qui les emploient (Lehoux & Ruiz, 2020). En effet, ce sont plus de 8000 produits chimiques différents qui sont employés pour le traitement des textiles (teinture, délavage, assouplissement, etc.) (Adamkiewicz & al., 2022) et certains contiennent des métaux lourds comme du mercure ou du plomb. Parmi ces produits, certains sont reconnus comme étant « cancérigènes, mutagènes et toxiques pour la reproduction, [des] perturbateurs endocriniens reconnus et [des polluants] persistants dans l'environnement et bio-accumulants » (Lehoux & Ruiz, 2020, p.38). Si dans l'Union européenne, ces produits sont strictement encadrés par le règlement REACH adopté en 2006, dont l'objectif est de « mieux protéger la santé humaine et l'environnement contre les risques liés aux substances chimiques, tout en favorisant la compétitivité de l'industrie chimique de l'UE » (Agence européenne des produits chimiques, s.d.), dans les pays en voie de développement auxquels on sous-traite certaines activités, la réglementation est bien souvent laissée de côté (Lehoux & Ruiz, 2020). De plus, les travailleurs qui emploient ces substances le font sans protection ou avec des protections qui

les couvrent peu et les exposent donc fortement à ces substances. Tous ces éléments mettent donc en danger la main d'œuvre qui emploie ces substances chimiques ainsi que les milieux dans lesquels elles sont déversées la plupart du temps sans traitement préalable, polluant l'eau, l'air et les sols.

2.1.4.3. Le transport et la distribution

En raison de la délocalisation de la production et de la recherche constante des coûts les plus bas, entre la culture des matières premières et la vente en magasin, un vêtement peut avoir parcouru plusieurs continents et des dizaines de milliers de kilomètres (Lopez & Bellanger, 2018) et les moyens de transport utilisés pour les déplacer sont fortement carbonés. En effet, la majorité des vêtements sont transportés par avion, moyen de transport considéré comme le plus polluant au monde (Moulinet-Govoroff, 2020). De plus, le développement des ventes en ligne et des livraisons gratuites à domicile a fait exploser la demande de vêtements et a fait augmenter encore un peu plus les émissions de gaz à effet de serre de cette industrie, la mode en ligne représentant un tiers des livraisons mondiales (Bovon & Perrin, 2020). Il est toutefois intéressant de souligner le fait qu'en termes de répartition sur le cycle de vie des vêtements, le transport et la distribution de ceux-ci émettent relativement peu en comparaison aux autres étapes, à peine 2% contre 30% pour la production des matières premières par exemple, car les vêtements prenant peu de place et étant transportés par conteneurs, il est possible d'en déplacer une grande quantité en une seule fois (Bornot, 2022). De plus, ces livraisons reposent souvent sur le travail précaire et illégal (emploi de personnes en situation irrégulière, salaires faibles, absence de licence, etc.) et entraînent l'incinération d'une grande quantité de vêtements par les enseignes de fast fashion et d'ultra fast fashion. En effet, selon l'Agence européenne pour l'environnement, « entre 30% et 43% des vêtements achetés et renvoyés en ligne sont détruits par les marques chaque année en Europe » (Vinale, 2024).

2.1.4.4. L'utilisation

En ce qui concerne l'utilisation des vêtements, nous en achetons de plus en plus et nous les portons de moins en moins souvent et longtemps. En effet, en ce qui concerne la quantité de vêtements achetés au niveau mondial, les Européens de l'Ouest se situent à la troisième place avec une moyenne annuelle par habitant de 22kg, derrière les Nord-Américains et les Australiens (Adamkiewicz & al., 2022). Parmi ces vêtements achetés, une vidéo de la chaîne YouTube 27 - ARTE nous révèle qu'en Europe, la moitié de ceux-ci n'a pas été portée en un an (Khalfon, 2023). Et selon la Fondation Ellen MacArthur, « à l'échelle mondiale, l'utilisation des vêtements – le nombre moyen de fois qu'un vêtement est porté avant de cesser d'être utilisé – a diminué de 36% par rapport à il y a 15 ans » (2017, p.19).

La qualité des vêtements, quant à elle, ne cesse de décliner et ceux-ci sont donc de plus en plus vite abîmés. Selon Bruyaux, cela s'explique par trois raisons principales (2022). Tout d'abord, la culture du jetable sur laquelle la fast fashion repose ne pousse plus les marques à produire de la qualité. Ensuite, la volonté de proposer des vêtements toujours moins chers entraîne une utilisation par les marques de matières peu chères à produire et de moins bonne qualité (majoritairement des fibres produites à partir de pétrole). Enfin, les mauvaises habitudes d'entretien des vêtements réduisent leur durée de vie (fréquence élevée de nettoyage, non-respect des consignes d'entretien, utilisation abusive du sèche-linge, etc.).

En ce qui concerne les impacts de cette étape par rapport à l'ensemble du cycle de vie des vêtements, l'utilisation des vêtements est celle qui emploie le plus d'eau et d'énergie, leur entretien nécessitant 80% de la consommation de ces ressources selon le Fonds Mondial pour la Nature (WWF) (Moulinet-Govoroff, 2020). Ensuite, le lavage des vêtements est à l'origine d'une importante pollution aux microplastiques provenant majoritairement des fibres synthétiques (élément déjà mentionné plus haut) et s'élevant selon le Parlement européen à 35% des microplastiques primaires retrouvés dans les

océans (2018). Enfin, lors des procédés de transformation des vêtements, les nombreux produits chimiques employés (pesticides, allergènes, colorants, etc.) ont contaminé les vêtements et les résidus de ces produits peuvent entraîner des problèmes de santé chez les consommateurs (Lehoux & Ruiz, 2020). Des tests réalisés sur des vêtements ont d'ailleurs démontré la présence de substances qui sont normalement interdites dans l'Union européenne. Nous pouvons donner l'exemple de l'éthoxylate de nonylphénol utilisé pour teinter ou décaper les textiles à propos duquel une étude de Greenpeace a révélé que sur « 78 vêtements analysés par [l'ONG], 52 présentaient des traces de cette substance, pourtant interdite depuis 2003 » (Lopez & Belanger, 2018).

2.1.4.5. La fin de vie : les déchets textiles

Nous arrivons désormais à la conséquence du modèle de la fast fashion qui nous intéresse le plus dans le cadre de ce mémoire et qui est particulièrement préoccupante ; il s'agit de la masse de déchets textiles qu'il génère. En effet, ce modèle promeut une culture du jetable dans laquelle les vêtements sont des objets rapidement abîmés, démodés et jetés. Les achats en ligne ont d'ailleurs intensifié cette culture du gaspillage, rendant l'achat accessible en quelques clics. Selon Lehoux et Ruiz, l'industrie du textile et de l'habillement produirait annuellement 2,1 milliards de tonnes de déchets (2020). Rien qu'en Europe, les individus jettent environ 11 kg de textiles par an (Parlement européen, 2020) et la moyenne belge est d'ailleurs supérieure à ce chiffre avec 14,8kg de textiles jetés par personne en 2018 (SPF Santé publique, 2023). Nous allons désormais approfondir la question de la production de ces déchets textiles, de leur traitement et du cas particulier de l'exportation des textiles.

a) *La production des déchets textiles et leur définition*

Les chiffres présentés précédemment s'expliquent par différents éléments. Du côté de l'industrie tout d'abord, en raison des bas prix auxquels les vêtements sont vendus, il est « plus rentable pour les marques de surproduire et de détruire » (Khalfon, 2023). Chaque année, ce sont 100 milliards de vêtements qui sont produits par l'industrie textile et, parmi ceux-ci, seuls 80 milliards sont réellement vendus (Khalfon, 2023). Pour vider leurs stocks, certaines marques de fast fashion mais aussi de luxe, comme H&M et Burberry, n'ont pas hésité à brûler des vêtements encore neufs. Les achats en ligne avec retours accentuent également cette tendance, car cela revient moins cher pour les marques de brûler les vêtements récupérés plutôt que de devoir les remettre en état et de les stocker (De Groot, 2021). Bien que cette pratique ait été dénoncée par les médias, elle reste courante (Jardillier, 2018). Pour ce qui est de la Belgique, s'il était autrefois plus intéressant pour les commerçants de détruire les vêtements invendus plutôt que d'en faire don, le pays a levé depuis 2019 la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) appliquée aux dons de vêtements dans le pays (De Groot, 2021).

Ensuite, la production effrénée de vêtements engendre d'importantes pertes de tissus (tout au long de la production des vêtements) qui ne sont pas revalorisés. En effet, en raison des formes privilégiées pour créer nos vêtements, on estime qu'on perd de 20 à 30% du tissu à chaque vêtement produit (Jardillier, 2018).

Enfin, du côté du consommateur, la mauvaise qualité des vêtements ainsi que le changement continu de tendances poussent les individus à surconsommer et à jeter les vêtements une fois démodés ou abîmés, bien souvent plus qu'à les donner ou à les réparer.

Il est donc important de souligner le fait que les déchets textiles proviennent donc non seulement de la consommation des vêtements, mais également de leur production, et que cette notion de « Déchets textiles » ne recouvre donc pas que des vêtements abîmés, mais également des chutes de tissus provenant de toute la chaîne de production, des vêtements invendus ou encore des vêtements encore en bon état. Parmi les déchets textiles, nous retrouvons donc « des textiles dits 'neufs' (issus des industries du textile, de l'habillement, des chutes de production) et des textiles usagés (textiles en fin

de vie, chiffons usagés) » (Observatoire Régional des Déchets et de l'Economie Circulaire en Occitanie, s.d.). Dans ce mémoire, nous nous concentrons sur l'ensemble de ces déchets textiles.

b) Le traitement des déchets textiles

En plus de générer de grandes quantités de déchets textiles, la fast fashion induit un traitement particulièrement problématique de ces derniers. En effet, dans le monde, « plus de la moitié des vêtements ne sont ni réutilisés, ni recyclés et finissent dans des déchets indifférenciés, pour terminer dans des décharges ou brûlés dans des incinérateurs » (Jacometti, 2019, p.3). Dans l'Union européenne, ce sont même 87% des vêtements qui subissent ce sort (Parlement européen, 2020). Puisqu'une grande partie des vêtements est constituée de fibres mélangées difficiles à recycler et que la société ne dispose actuellement pas des technologies adéquates pour le faire, c'est une très faible proportion des vêtements usagés qui est actuellement recyclée et cela souvent en matériaux de qualité inférieure comme des chiffons ou des matériaux isolants plutôt qu'en nouveaux vêtements. Selon la Fondation Ellen MacArthur, la proportion de vêtements recyclés s'élève à 13% et à moins de 1% lorsqu'il s'agit d'un recyclage en nouveaux vêtements (2017). D'un point de vue économique, « plus de 500 milliards de dollars de valeur sont perdus chaque année dans le système en raison de la sous-utilisation des vêtements et du manque de recyclage » (Fondation Ellen MacArthur, 2017, p.36).

Toutes ces constatations sont d'autant plus préoccupantes que nous observons parallèlement une augmentation continue de la production de vêtements, une réduction de leur temps d'utilisation et une hausse du nombre de vêtements jetés. Pour citer quelques chiffres, entre 2000 et 2020, « la production mondiale de fibres textiles a presque doublé, passant de 58 millions de tonnes en 2000 à 109 millions de tonnes en 2020 » (Parlement européen, 2020).

c) Focus sur la Belgique et la question de l'exportation des textiles

Si nous nous concentrons plus particulièrement sur la Belgique, selon le site de la fédération d'économie sociale Res-sources (s.d.-b), les filières de traitement des textiles sont les suivantes :

- 5 % de réutilisation via un réseau de boutiques de seconde main en Belgique
- 50 % de réutilisation à l'exportation via des ONG partenaires
- 28 % de recyclage (chiffon d'essuyage, rembourrage et effilochage)
- 17 % de déchets ultimes (incinération avec récupération de chaleur).

Il est important ici de faire un point concernant le sujet de l'exportation, car celle-ci constitue la filière majoritaire de traitement des déchets textiles en Belgique et cause, pour la Belgique comme pour de nombreux autres pays, de nombreuses dérives dans les pays recevant les textiles.

En effet, d'une part, si l'exportation de textiles en Afrique et en Asie est contrôlée dans le cas des entreprises d'économie sociale comme Oxfam et l'ASBL Terre et est bénéfique d'un point de vue environnemental (maximisation de la réutilisation), économique (création d'emplois) et social (financement de projets) (Res-sources, s.d.-b), des acteurs privés utilisent également ce créneau dans un objectif de profit (Dorkenoo, 2021) et sans réel contrôle préalable des vêtements envoyés, entraînant donc l'exportation de vêtements en mauvais état qui ne peuvent pas être réutilisés sur place.

D'autre part, bien que dans un premier temps l'exportation de ces textiles permette de fournir des emplois sur place au travers du développement de la filière textile de seconde main (De Groote, 2021), elle entraîne différentes difficultés pour ces pays. Tout d'abord, les quantités de vêtements sont tellement importantes que les pays ne savent plus quoi en faire, certains vêtements ne sont pas adaptés aux climats de ces pays et une grande partie finit donc bien souvent accumulée dans des décharges pour y être brûlée (Businaro, 2024), car ces pays n'ont pas les infrastructures pour gérer les déchets, cela polluant ces pays et impactant la santé de la population et l'environnement. Le Ghana, le

Chili et le Kenya sont par exemple des pays fortement impactés par l'exportation des textiles. Pour citer un chiffre montrant la démesure de cette exportation, le Ghana reçoit chaque semaine 15 millions de nouveaux vêtements (Businaro, 2024). Ensuite, l'exportation de ces vêtements constitue un frein au développement d'une industrie textile locale et à l'émergence de créateurs locaux (De Groot, 2021). Enfin, selon Euronews, « de nombreux pays africains sont [...] tenus par des accords internationaux et ne peuvent pas par exemple interdire les vêtements d'occasion venus des États-Unis » (Euronews, 2022).

Un questionnement concernant cette filière et ses dérives ainsi que l'instauration de plus de transparence et de contrôle sont donc nécessaires.

2.1.5. Qu'en est-il de l'ultra fast fashion ?

Si la fast fashion a créé une culture des textiles jetables, le modèle de l'ultra fast fashion qui est en train de se développer actuellement risque d'accentuer encore davantage cette culture du gaspillage et la masse de déchets textiles engendrés. En effet, depuis une dizaine d'années, nous assistons au développement des marques d'ultra fast fashion telles que Shein, Boohoo, Asos, Fashion Nova ou encore Pretty Little Things, marques obtenant un succès grandissant, principalement auprès des jeunes, depuis la crise de la Covid-19, l'utilisation massive des réseaux sociaux et influenceurs pour promouvoir ces marques et l'explosion des ventes en ligne.

Selon l'association française « Les Amis de la Terre », ces marques, proposant une énorme quantité de vêtements à des prix encore plus bas que la fast fashion et cela uniquement en ligne, sont basées sur un renouvellement journalier de leurs collections et des offres promotionnelles en tous genres pour toujours pousser plus à l'achat (2023). Cette association explique également que ces marques ont aujourd'hui dépassé la popularité de la fast fashion et minent encore un peu plus le chiffre d'affaires des petites marques.

Ce modèle exacerbe la culture du jetable et les conséquences sociales, environnementales et économiques du secteur de la mode : salaires et conditions de travail encore plus dérisoires, exploitation des données des consommateurs pour leur proposer des contenus et publicités toujours plus personnalisés menant à un capitalisme de surveillance (Zuboff, 2018, citée dans Shadel, 2022) posant des questions éthiques et de sécurité, utilisation intensifiée de fibres produites à partir de pétrole, très polluantes et de mauvaise qualité entraînant une masse encore plus importante de déchets textiles (Roussel, s.d.), augmentation du bilan carbone, de la consommation de ressources naturelles et des pollutions causées par l'industrie de la mode, etc. L'exacerbation croissante de ce modèle accroît la non-durabilité de l'industrie du textile et de l'habillement et la quantité de déchets textiles qu'elle engendre, montrant ainsi l'urgence de se diriger vers un modèle plus durable et viable.

2.1.6. Tableau récapitulatif de la fast fashion

| Fast fashion Slogan : « <i>Toujours plus vite, toujours moins cher et toujours plus fashion</i> » | |
|--|--|
| Contexte d'émergence et d'intensification (paysage sociotechnique) | <ul style="list-style-type: none"> - Internationalisation de l'industrie textile - Guerres de concurrence et baisse des prix - Mondialisation de la logistique et du commerce - Multiplication des accords commerciaux - Inventions : fibres synthétiques, conteneur, technologies de l'information et de la communication, etc. - Société consumériste et de fabrication de nouveaux besoins - Réseaux sociaux, influenceurs, ventes en ligne et livraisons à domicile, magazines et défilés |
| Caractéristiques du régime sociotechnique de la fast fashion | <ul style="list-style-type: none"> - Différents groupes d'acteurs (enseignes de fast fashion, chaînes de valeur mondialisées, etc.) - Modèle pull (adaptation aux désirs des consommateurs) - Faible protection juridique de la propriété intellectuelle - Renouvellement rapide des collections pour suivre les dernières tendances |

| | |
|--------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> - Méthode d'organisation du travail : le lean management reposant sur une minimisation des coûts et une production en flux tendu permettant d'augmenter la rapidité et l'efficacité de la production et de réduire les délais d'approvisionnement - Production délocalisée et à grande échelle basée sur la sous-traitance - Bas prix et démocratisation de la mode |
| Conséquences | <ul style="list-style-type: none"> - Sociales : chaîne de production en cascade et opaque, faibles salaires et mauvaises conditions de travail, travail des enfants, intoxication des travailleurs et aliénation et surveillance des consommateurs, etc. - Environnementales : surexploitation des ressources naturelles (eau, pétrole, etc.), pollutions des eaux, des terres et de l'air par les microplastiques et les produits chimiques, grosses émissions de gaz à effet de serre, masse de déchets textiles, etc. - Économiques : importantes pertes économiques pour les marques, les consommateurs et les collectivités en raison de la surproduction et du manque d'utilisation et de recyclage des vêtements |

Tableau 1 : tableau récapitulatif fast fashion

Sources : Bhardwaj & Fairhurst, 2010; Bouhafis, 2022; Brewer, 2019; Cachon & Swinney, 2011; Lehoux & Ruiz, 2020; Muylaert, 2023; Thirifay, 2021; Veillard, 2018

2.2. Transition vers un autre modèle de mode

Dès la fin du XX^{ème} siècle, différents acteurs (organisations non-gouvernementales, associations, etc.) ont commencé à soulever leurs inquiétudes concernant les importantes conséquences causées par le modèle de la fast fashion (Lehoux & Ruiz, 2020). Une transition a aujourd'hui été entamée par certains acteurs. En effet, la prise de conscience croissante de ces conséquences, véhiculées par de plus en plus de supports (documentaires, livres, sites Internet, etc.) et d'acteurs (médias, associations, politiques, consommateurs, etc.), et le déploiement de plus en plus important des inquiétudes sociales et environnementales, poussent désormais de plus en plus d'acteurs à souhaiter se détacher de ce modèle de mode voire à le transformer que ce soit du côté des consommateurs, des acteurs politiques ou des acteurs de la mode.

2.2.1. Les consommateurs

De plus en plus de consommateurs souhaitent privilégier des alternatives plus durables pour se procurer des vêtements. Selon Adamkiewicz & al., c'est particulièrement le cas du côté des milléniaux, « qui représentent un quart de la population mondiale et un segment engagé dans les enjeux mondiaux, [et parmi lesquels] 71% ont exprimé vouloir des marques plus respectueuses de l'environnement et éthiques, et pas moins de 61% souhaitent qu'elles soient plus connectées aux problèmes sociaux » (2022, p.2). Toutefois, bien que nous observions l'envie croissante de consommer de manière plus responsable, cette volonté ne se reflète pas toujours dans les pratiques des consommateurs (McNeill & Moore, 2015, cités dans Pereira, Carvalho, Dias, Costa & António, 2021), de nombreux consommateurs continuant à acheter leurs vêtements dans le modèle traditionnel malgré une prise de conscience de ses conséquences. Cela s'explique principalement par un manque de connaissances du côté des consommateurs et de transparence du côté des marques et il est donc important d'éduquer davantage les consommateurs au sujet de la durabilité et de pousser les enseignes à changer leurs pratiques et à être plus honnêtes concernant celles-ci (Pereira & al., 2021).

2.2.2. Les acteurs politiques

La fast fashion est actuellement l'une des industries les moins règlementées (Khalfon, 2023). Pourtant, il est nécessaire de mieux cadrer cette industrie si nous voulons la rendre plus durable, viable et circulaire, mais aussi respecter les objectifs de développement durable fixés à l'échelle mondiale (Brewer, 2019). Depuis quelques années, de plus en plus d'acteurs politiques tirent la sonnette d'alarme et souhaitent faire évoluer le modèle. C'est par exemple le cas de l'Union européenne qui aimerait devenir un pilier dans la lutte contre la fast fashion et ses dérives et elle s'est d'ailleurs lancée ces dernières années dans différentes propositions de législations pour rendre les textiles plus durables et limiter les conséquences de l'industrie du textile et de l'habillement.

En ce qui concerne la question des déchets textiles plus spécifiquement, il est intéressant de mentionner la stratégie pour des textiles durables et circulaires proposée en mars 2022 par la Commission européenne pour la transition du secteur de la mode (Commission européenne 2022), cela dans le cadre du pacte vert pour l'Europe qui est défini par le professeur Olivier Dupont comme étant « un vaste projet lancé en 2019 dont l'objectif est d'amener l'ensemble de l'Union européenne à une société complètement décarbonée à l'horizon 2050 » (2023, p.6), et dont certaines propositions ont aujourd'hui été adoptées.

En effet, au sein de cette stratégie, nous retrouvons différentes actions-clés relatives à ces déchets. Tout d'abord, une mesure suggérant la révision du règlement sur l'écoconception pour y intégrer des exigences relatives aux textiles a récemment été adoptée par le Parlement européen et le Conseil de l'Union européenne sous forme de l'instauration d'un cadre quant à la gestion des textiles invendus qui pouvaient jusqu'à présent être incinérés sans répercussion sur les entreprises (Lepla, 2024; Parlement européen, 2023). Ensuite, cette stratégie promeut l'économie circulaire en mettant en avant l'utilisation de fibres recyclées, la promotion de la réutilisation et de la réparation et le prolongement de la durée de vie des vêtements (Commission européenne, 2022). Enfin, il est souhaité qu'une révision de la directive sur les déchets prenne en compte « des objectifs distincts spécifiques en matière de prévention, de collecte, de réutilisation et de recyclage des déchets textiles » (Parlement européen, 2023). Cette mesure va dans le sens des modifications effectuées dans cette directive en 2018 obligeant déjà les Etats-membres à mettre en place une collecte sélective des déchets textiles à l'horizon 2025 et permettant un meilleur traitement de ceux-ci pour maintenir leur valeur (Jacometti, 2019). Cette stratégie aborde également des actions concernant les droits des travailleurs, les pollutions causées par cette industrie, la traçabilité et la standardisation des vêtements au travers de la mise en place d'un passeport numérique ainsi que des actions relatives à la lutte contre le greenwashing (défini par Adamkiewicz et al. comme une pratique marketing trompant les consommateurs par l'utilisation d'arguments écologiques qui mettent en avant certaines actions de l'entreprise tout en masquant d'autres aspects (2022)) pour permettre une meilleure information des consommateurs.

Toutefois, même si l'Union européenne souhaite s'attaquer à ce modèle et a développé des stratégies à cet effet, les choses peinent à avancer et « la loi [reste] soit lente soit inefficace pour promouvoir la durabilité dans un monde obsédé par l'image et la connectivité sociale » (Brewer, 2019, p.1).

2.2.3. Les acteurs de la mode

Enfin, en ce qui concerne le secteur du textile et de l'habillement en lui-même, certains acteurs ont développé des alternatives souhaitant se détacher du modèle de la fast fashion et ancrées dans de nouvelles conceptions de la mode et de plus en plus de termes ont d'ailleurs vu le jour pour les qualifier : slow fashion, mode durable, mode circulaire, mode éthique, etc. Pour donner l'exemple de la slow fashion (traduite en français par le terme mode lente), elle est souvent opposée par les auteurs scientifiques au concept de fast fashion et est définie comme « un modèle de production conscient et responsable de l'environnement, basé sur la responsabilité sociale et environnementale, la recherche de la qualité des produits et un cycle de vie plus long » (Velasco-Molpeceres & al., 2023, p.1). Ce mouvement, créé par la chercheuse et activiste Kate Fletcher en 2007 et inspiré du mouvement de la slow food, promeut des « pratiques plus durables [...] valorisant l'artisanat, la bonne gestion et les produits de qualité » (Brewer, 2019, p.7). Ces nouvelles conceptions de la mode nous font assister aujourd'hui à l'émergence d'alternatives diverses : des marques de vêtements plus éthiques et écologiques en fibres recyclées et en fibres naturelles biologiques, des magasins de seconde main ou de location de vêtements, des cours de couture pour apprendre aux consommateurs à réparer eux-mêmes leurs vêtements, etc.

Toutefois, à côté de ce mouvement, la tendance à la durabilité s'est généralisée et « a poussé de plus en plus d'entreprises [du secteur de la mode] à adopter différentes stratégies 'durables' pour obtenir un avantage concurrentiel sur le marché » (Kuma, Rahman, Kazmi & Praveen 2012, cités dans Rodríguez, Kalem Mcquillan, & Segarra-Saaavedra, 2021, p.20). Du côté des enseignes de fast fashion par exemple, cette tendance a mené au développement de plus en plus important du greenwashing donnant la possibilité à ces entreprises de paraître plus responsables tout en restant pleinement ancrées dans la mode rapide (Turker & Altunas, 2014). Cela s'est par exemple constaté par la création de collections présentées comme plus conscientes sans l'être réellement, par la multiplication des faux labels et des termes ambigus ou encore par l'utilisation de couleurs rappelant la nature.

En ce qui concerne les déchets textiles plus particulièrement, pour tenter d'y apporter une réponse face à leur médiatisation croissante et au développement d'alternatives proposant d'autres modèles de mode, certaines marques de fast fashion se sont, elles aussi, lancées dans la collecte de vêtements pour proposer des activités de traitement des textiles comme de la seconde main et du recyclage. Toutefois, si ces pratiques ainsi que le développement de la seconde main ont permis à ce marché de se développer, elles concurrencent les acteurs belges de l'économie sociale (Oxfam Belgique, les Petits Riens, Terre ASBL, etc.) dont les dons baissent en qualité, ces entreprises étant donc obligées de renforcer leur communication et de mettre en place des partenariats avec ces marques pour récupérer des textiles de meilleure qualité (Bosseler, 2024). Dans ce mémoire, nous ne souhaitons toutefois pas nous pencher sur les alternatives développées par le modèle de la fast fashion lui-même et ce pour les raisons déjà évoquées plus haut et sur lesquelles nous reviendrons plus en détails dans la présentation de la méthodologie ayant guidé notre recherche.

Derrière les alternatives émergentes, nous observons une envie de faire mieux, de réduire les conséquences de la mode, de limiter la surexploitation des ressources, de produire mieux et moins de vêtements, mais aussi, et c'est ce qui nous intéresse le plus dans le cadre de cette recherche, de réduire la quantité de déchets textiles produits par cette industrie. Ces formes de mode alternative souhaitant rendre le secteur plus viable s'inscrivent d'ailleurs dans le contexte plus large d'un nouveau modèle économique qui concerne le secteur de la mode, mais aussi de nombreux autres secteurs (construction, alimentation, etc.), celui de l'économie circulaire. Cette dernière est définie par la Fondation Ellen MacArthur comme « un système où les matériaux ne deviennent jamais des déchets et la nature se régénère. [...] Les produits et les matériaux sont maintenus en circulation grâce à des processus tels que l'entretien, la réutilisation, la remise à neuf, la refabrication, le recyclage et le compostage » (s.d.). Selon Jardillier, elle « implique la mise en place de nouveaux modes de conception, de production (écoconception, écologie industrielle et territoriale, économie de fonctionnalité, etc.) et de consommation plus sobres et efficaces » (2018, p.6). Le passage de l'économie linéaire de la fast fashion à une économie plus circulaire est d'ailleurs indispensable pour rendre la mode plus durable et lutter contre la masse de déchets textiles qu'elle engendre en aval de la chaîne de valeur et contre leur traitement particulièrement problématique présenté plus haut. Si du côté des consommateurs et de la législation, les choses peinent à avancer, nous observons un important mouvement du côté des acteurs du secteur.

L'ensemble des réflexions présentées dans l'état des lieux et état de l'art ainsi que dans la partie consacrée aux cadres théoriques nous amènent donc à la question de recherche suivante : « *Comment certains acteurs se détachent-ils du modèle dominant de la fast fashion, en particulier pour la fin de vie des textiles, et quels sont les activités qu'ils proposent, les nouvelles trajectoires et nouveaux modes d'attachement et de détachement qu'ils construisent ?* ».

3. Méthodologie

3.1. Méthode de sélection des acteurs

Pour ne pas nous étendre à une zone géographique trop importante, nous avons choisi de nous concentrer sur la Région de Bruxelles-Capitale, ce choix méthodologique s'expliquant par deux raisons. D'une part, il s'agit de la région dans laquelle nous avons réalisé notre stage chez R-Use Fabrik (une association qui revalorise les déchets textiles au travers de la couture, de l'upcycling et de la réparation (R-Use Fabrik, s.d.)), stage nous ayant permis d'explorer le contexte bruxellois et les différentes alternatives y existant. D'autre part, en 2016, la Région de Bruxelles-Capitale a lancé un Programme régional en Economie circulaire (PREC), souhaitant « se positionner comme région européenne particulièrement innovante et comme précurseur en matière de politique publique de soutien au développement de l'économie circulaire » (Bruxelles Environnement, 2022) ; rendant ainsi la zone particulièrement favorable à l'émergence d'alternatives inscrites dans l'économie circulaire grâce à différentes aides telles que des subsides, des formations, des réglementations adaptées, etc. Dans ce sens, nous y observons depuis quelques années l'apparition d'un nombre croissant d'acteurs se détachant du modèle de la fast fashion, en particulier en ce qui concerne la fin de vie des textiles. Afin d'utiliser le vocabulaire de la théorie de l'acteur-réseau ainsi que pour prendre en compte l'ensemble des entités constituant les alternatives étudiées dans le cadre de ce mémoire, nous avons choisi d'utiliser le terme « Collectif » pour les qualifier.

Pour sélectionner les collectifs à interviewer, la volonté était de représenter la diversité de ceux-ci sur base de différents critères :

- Le(s) type(s) de filière(s) développée(s) (seconde main, réparation, upcycling, recyclage) ;
- La forme du collectif (société -association sans but lucratif (ASBL), société à responsabilité limitée (SRL), etc.-, indépendant, marque, boutique, atelier-boutique, acteur de l'économie sociale, e-shop) ;
- La durée d'existence (collectifs plus anciens ou plus récents) ;
- L'échelle du collectif (petite, moyenne ou grande échelle) ;
- Le(s) type(s) de public(s) visé(s) (femmes, hommes, enfants et publics avec différentes catégories de revenus).

De plus, nous souhaitons nous concentrer sur des collectifs professionnels développant une activité pour les consommateurs ou pour d'autres professionnels (business-to-consumer et business-to-business). Nous avons donc exclu les collectifs opérant dans le consumer-to-consumer tels que la plateforme de mode de seconde main Vinted.

Par ailleurs, nous avons choisi de nous focaliser sur des collectifs qui proposent leurs propres biens et services. Nous n'avons donc pas inclus de collectifs que nous qualifions d'intermédiaires et qui permettent de soutenir ces activités par exemple en vendant les produits d'autres collectifs, en permettant d'abriter leurs activités ou de collecter des déchets textiles pour les approvisionner, ni des acteurs politiques qui permettent par exemple de soutenir ces projets grâce à des financements et des coachings.

À cela s'ajoute le fait que nous souhaitons sélectionner des collectifs qui affichaient un objectif environnemental et/ou social clair.

En outre, il est important de souligner le fait qu'à partir du moment où les collectifs avaient au moins une partie de leurs activités à Bruxelles, nous pouvions les prendre en considération dans cette recherche ; c'est le cas de l'ASBL Terre que nous avons sélectionnée comme collectif pertinent à

interviewer. En effet, cette association est principalement active en Région wallonne et y abrite la majeure partie de ses activités, mais elle est également active dans la Région de Bruxelles-Capitale, car elle y possède un magasin de seconde main ainsi que différentes bulles à vêtements.

Enfin, il est essentiel de souligner le fait que nous n'avons pas pris en compte de collectifs qui proposaient des activités se concentrant uniquement sur la production ou la location de vêtements neufs fabriqués de manière plus responsable, car ce mémoire se concentre sur des alternatives qui proposent de prolonger la vie des textiles et non sur celles qui proposent d'en produire de manière plus durable à partir de nouveaux matériaux.

Un point sur lequel il est également important de nous attarder concerne les alternatives proposées par les marques de fast fashion elles-mêmes. En effet, bien que certaines marques de fast fashion proposent des alternatives présentées comme solutions écologiques à leur propre modèle (comme des activités de seconde main ou de recyclage), nous avons choisi de ne pas les inclure dans la recherche et nous pouvons justifier cette décision méthodologie par deux raisons principales. D'une part, ces initiatives sont fréquemment critiquées pour leur manque de profondeur et d'engagement à long terme et nous ne souhaitons pas entrer dans des considérations qui nous conduiraient à questionner la valeur des initiatives engagées (entre, par exemple, greenwashing et changements substantiels). D'autre part, les alternatives proposées par ce modèle tendent à être limitées à des actions ponctuelles et souvent symboliques, sans s'attaquer aux causes structurelles de ces impacts. Or, notre recherche vise à explorer des alternatives structurantes et holistiques, qui s'attaquent aux racines du problème des déchets textiles et qui incluent des modèles économiques différents, des innovations et des pratiques de consommation responsables qui remettent en question le paradigme de la production et de la consommation rapides.

Pour faire notre sélection, nous avons donc réalisé un tableau (Annexe 1, p.90) reprenant différentes alternatives permettant de mettre en lumière la diversité des collectifs sur base de ces critères. Ce tableau est non-exhaustif compte tenu de la multiplicité des collectifs actifs dans la Région de Bruxelles-Capitale et souhaitant se détacher du modèle en ce qui concerne la fin de vie des textiles. Les collectifs ont été identifiés de différentes manières : par des discussions avec les cofondatrices de l'ASBL R-Use Fabrik, via des recherches Internet et sur les réseaux sociaux ainsi qu'au travers de notre participation à la Fashion Revolution Week à Namur du 18 au 21 avril 2024. Il est important de souligner que ces collectifs sont des structures fragiles et que plusieurs d'entre elles avaient fermé au moment où nous avons entrepris de les contacter. Il est également intéressant de souligner que ces collectifs se trouvent parfois impliqués dans de multiples projets.

En ce qui concerne la présentation des collectifs sélectionnés, nous avons réalisé un tableau dans lequel nous les avons classés en six grandes catégories que nous avons elles-mêmes subdivisées en sous-catégories. Étant donné que certains collectifs pouvaient être classés dans plusieurs catégories, nous les avons classés selon ce qui les caractérisait le plus. Certains collectifs ont donc été classés plutôt selon la filière dans laquelle ils s'inscrivaient tandis que d'autres l'ont été selon leur principal objectif. Il est important de souligner le fait que cette catégorisation a été réalisée avant d'échanger avec les collectifs et de prendre en compte leurs propres définitions de leurs activités et cela pour faciliter la sélection des collectifs dans une volonté de diversification.

La première catégorie comprend un collectif, Oh Fil Deleau, pour lequel l'actrice à sa base, Ophélie Deleau, se présente plutôt comme une couturière et créatrice et propose des activités diverses autour de cette dénomination. Ce collectif semblait intéressant à rencontrer, car Ophélie a participé à la Fashion Revolution Week de Namur et y a expliqué que, bien qu'essayant de travailler de manière plus écoresponsable, elle était également consultante pour une marque de fast fashion.

La deuxième catégorie, quant à elle, comprend des collectifs actifs dans la filière de la seconde main textile, c'est-à-dire des collectifs qui proposent une seconde vie aux textiles sans transformation de ceux-ci. Au sein de cette catégorie, nous retrouvons Demain Sélection, qualifié de collectif indépendant étant donné qu'il n'est pas rattaché au milieu associatif, et deux autres collectifs, qualifiés de solidaires étant donné qu'ils sont rattachés à des associations, à grande échelle pour Oxfam Belgique qui fait partie d'une organisation mondiale et à échelle locale pour La Fripothèque qui est une ASBL active uniquement à Bruxelles. Dans la sous-catégorisation, nous retrouvons également un collectif actif dans le troc de vêtements, c'est-à-dire dans l'échange de vêtements sans l'intermédiaire de la monnaie, à savoir Pandri.

Ensuite, la troisième catégorie comprend les collectifs actifs dans la filière de l'upcycling, qui « consiste à récupérer [...] des vêtements devenus inutiles afin de les valoriser en leur affectant une destination nouvelle et de qualité supérieure » et qui, contrairement au recyclage, « n'impose pas la transformation *stricto sensu* du produit, mais procède à sa métamorphose, à la fois esthétique et utilitaire » (Moulinet-Govoroff, 2020, p.96). Dans cette catégorie, nous retrouvons deux collectifs, méson ainsi qu'un autre collectif, dont l'actrice à sa base souhaite garder l'anonymat, qui est une marque d'upcycling se concentrant aujourd'hui plutôt sur l'organisation d'ateliers.

La quatrième catégorie se concentre sur le recyclage textile et nous y avons répertorié un collectif, l'ASBL Terre. Cette association est également active dans la seconde main et nous aurions donc pu la classer dans cette catégorie, mais elle nous intéressait particulièrement pour son activité de recyclage étant donné qu'il existe peu de collectifs actifs dans cette filière en Belgique en raison de la difficulté de recycler les textiles.

La cinquième catégorie, dénommée « Collectif utilisant le déchet comme un matériau d'apprentissage », comprend le collectif CYCLUP, un projet du Centre Public d'Action Sociale (CPAS) de la Ville de Bruxelles visant à réinsérer des gens dans la vie professionnelle en les formant au travers d'activités de revalorisation, notamment textile.

La dernière catégorie, qualifiée quant à elle de « Collectif mêlant de multiples projets autour du textile », reprend l'ASBL R-Use Fabrik, lieu où nous avons réalisé notre stage, qui a développé une multitude d'activités autour de la revalorisation textile touchant à la seconde main, à la réparation, à la couture et à l'upcycling.

Ainsi, notre échantillon comptabilise dix collectifs représentatifs, ensemble, du paysage de ce qui existe en Région de Bruxelles-Capitale concernant les initiatives souhaitant se détacher du modèle dominant en ce qui concerne la fin de vie des textiles.

| Collectifs | Description | Objectif social et/ou environnemental clair | Date de création | Personne(s) interviewées(s) | Date de l'entretien |
|---|----------------------------------|---|------------------|--|---------------------|
| Catégorie 1 : couture et création | | | | | |
| Collectif 1 : Oh Fil Deleau | Marque de couture et de création | - Rendre la mode plus inclusive en proposant des vêtements pour toutes les morphologies - Limiter son impact environnemental et ses déchets textiles | 2020 | Ophélie Deleau, la fondatrice de la marque | Le 21/05/2024 |
| Catégorie 2 : seconde main | | | | | |
| Sous-catégorie 1 : collectif indépendant | | | | | |
| Collectif 2 : Demain Sélection | E-shop de vêtements de | Rendre la seconde main pour la petite | 2019 | Philippe François, la | Le 29/05/2024 |

| | | | | | |
|---|---|--|------|--|---------------|
| | seconde main pour enfants | enfance attractive pour les parents des points de vue écologique et économique | | fondatrice du projet | |
| Sous-catégorie 2 : collectifs solidaires (reliés à des associations) | | | | | |
| Organisation mondiale | | | | | |
| Collectif 3 : Oxfam Belgique | Organisation non gouvernementale faisant partie de la confédération internationale Oxfam et proposant notamment la vente de vêtements de seconde main | Réduire les inégalités et lutter contre la pauvreté | 1964 | Johannes Eneman, le chef du département textile Oxfam seconde main | Le 24/05/2024 |
| Échelle locale | | | | | |
| Collectif 4 : La Fripothèque | ASBL qui lutte contre la précarité étudiante en proposant à la vente des vêtements de seconde main vintage | - Lutter contre la précarité étudiante - Revaloriser les textiles | 2023 | Elisa Korpak, la fondatrice de l'ASBL | Le 23/05/2024 |
| Sous-catégorie 3 : troc | | | | | |
| Collectif 5 : Pandri | ASBL organisant des événements autour du troc de vêtements pour femmes et enfants | Sortir de l'économie linéaire pour aller vers un système plus vertueux et circulaire en valorisant les pièces de notre garde-robe que nous ne portons plus | 2019 | Florence Lepoudre, la cofondatrice de l'ASBL | Le 28/05/2024 |
| Catégorie 3 : upcycling | | | | | |
| Sous-catégorie 1 : marque | | | | | |
| Collectif 6 : méson | Marque d'upcycling qui récupère des textiles de la maison destinés à être jetés ou abandonnés pour en faire des vêtements et accessoires | Proposer une production 100% belge basée sur la circularité et la transparence | 2021 | Thaïs Ficherouille, la cofondatrice de la marque | Le 06/06/2024 |
| Sous-catégorie 2 : marque et organisation d'ateliers | | | | | |
| Collectif 7 : Marque d'upcycling et organisation d'ateliers | Marque de vêtements et d'accessoires upcyclés qui se concentre aujourd'hui sur l'organisation d'ateliers | - Revaloriser les chutes de tissus - Sensibiliser à la slow fashion et à la valorisation des déchets textiles | 2021 | La fondatrice de la marque et animatrice des ateliers (anonymat demandé) | Le 21/05/2024 |

| Catégorie 4 : recyclage | | | | | |
|--|---|---|------|---|---------------|
| Collectif 8 : Terre ASBL | Association active dans la réutilisation et le recyclage de textiles usagés | <ul style="list-style-type: none"> - Financer des projets de développement durable en Belgique et à l'étranger - Donner une seconde vie aux textiles et réduire les déchets - Créer des emplois locaux | 1949 | Jonas Dembour, animateur en éducation permanente pour le Groupe Terre | Le 07/06/2024 |
| Catégorie 5 : collectif utilisant le déchet comme un matériau d'apprentissage | | | | | |
| Collectif 9 : CYCLUP | Projet d'insertion socio-professionnelle, géré par l'ASBL Job Office en partenariat avec le CPAS de Bruxelles, proposant de la revalorisation de textiles et de meubles | Mêler écologie et économie en se concentrant sur la revalorisation de textiles et de meubles | 2017 | Florine Velghe et Zohra Alaoui, responsables du centre de tri textile du projet | Le 22/05/2024 |
| Catégorie 6 : collectif mêlant de multiples projets autour du textile | | | | | |
| Collectif 10 : R-Use Fabrik | ASBL qui revalorise les déchets textiles au travers de multiples activités : une mercerie écoresponsable, des cours (couture, broderie, crochet, etc.), un atelier de réparation des vêtements, l'entretien des machines ainsi qu'un service de location de machines, une friperie, un atelier de confection spécialisé en upcycling et un e-shop | <ul style="list-style-type: none"> - Prolonger la vie des déchets textiles - Sensibiliser les citoyens et les entreprises aux impacts de l'industrie textile - Accorder une place importante à l'humain dans le projet | 2020 | Sophie Remy et Mathilde Lemaire, les cofondatrices de l'ASBL | Le 22/03/2024 |

Tableau 2 : liste des collectifs interviewés

Sources : Bernard, 2024; Centre Public d'Action Sociale de la Ville de Bruxelles, s.d.; Demain Sélection, s.d.; La Fripothèque, le seconde main stylé et solidaire, s.d.; méson brussels, s.d.; Oh Fil Deleau, s.d.; Oxfam Belgique, s.d.; R-Use Fabrik, s.d.; Terre asbl, s.d.

3.2. Méthode de collecte des données

Étant donné que l'objectif de cette recherche est d'étudier des acteurs se détachant du modèle de la fast fashion, plus spécifiquement en ce qui concerne la fin de vie des textiles, et de mettre en évidence les activités qu'ils proposent, leurs trajectoires ainsi que les modes d'attachement et de détachement qu'ils construisent, nous avons décidé de réaliser une enquête exploratoire qualitative et inductive au travers de la réalisation d'entretiens semi-directifs, cela permettant d'identifier « les transitions individuelles [des collectifs] dans leurs pratiques et [leurs] trajectoires [...] » (Vankeerberghen & Stassart, 2016, p.396).

L'enquête qualitative de terrain est définie comme « la recherche qui implique un contact personnel avec les sujets de la recherche, principalement par des entretiens et par l'observation des pratiques dans les milieux même où évoluent les acteurs » (Paillé, 2009, cité dans Paillé & Mucchielli, 2021, p.15). Elle a, comme son nom l'indique, pour objectif de collecter des données qualitatives pour en retirer le sens derrière les propos des acteurs et s'inscrit dans une démarche compréhensive de leurs pratiques (Paillé & Mucchielli, 2021).

L'entretien semi-directif nous permet, quant à lui, d'ancrer la recherche « dans un mode de raisonnement scientifique où le terrain (donc ce que disent les enquêté.e.s) n'est pas une instance de vérification de théories élaborées dans l'abstrait, mais bien ce à partir de quoi s'engage l'élaboration de la question de recherche et des hypothèses : la théorie est produite par induction à partir des données de terrain, selon le principe de la *Grounded theory* popularisé par Anselm Strauss ». (Pin, 2023, p.2). L'entretien semi-directif permet de laisser une certaine liberté aux enquêté.e.s qui peuvent raconter leur histoire et donc entrer dans le registre du récit, lequel est balisé par des thèmes et sous-thèmes relatifs à la question de recherche.

Pour questionner les collectifs et bien comprendre les activités qu'ils proposent, leurs trajectoires ainsi que les modes d'attachement et de détachement par rapport au régime dominant de la fast fashion, les entretiens semi-directifs ont été structurés comme suit. Au début des entretiens, nous invitons les personnes interviewées à se présenter et à nous faire part de l'émergence et du développement de leur collectif en réalisant un historique au travers d'une ligne du temps pointant les dates importantes ainsi que les grandes phases d'évolution du collectif. Nous rebondissons ensuite sur leurs propos en utilisant un guide d'entretien, qui sera présenté plus bas, comme une check-list avec différents thèmes et sous-thèmes dans l'objectif de récolter l'ensemble des informations nécessaires. L'objectif derrière cette méthode était de scénariser l'entretien pour passer dans le format du récit et ainsi pousser les personnes interviewées à nous raconter l'histoire de leur collectif sous forme de trajectoire pour bien saisir les mouvements d'attachement et de détachement par rapport à la fast fashion. L'idée était vraiment de comprendre ce qui les avait intéressées au départ et de quoi elles ont dû progressivement se libérer pour développer le modèle et les activités qu'elles ont mis en place autour de l'idée du stop au jetable.

Comme expliqué précédemment, pour rebondir sur les propos des personnes interviewées et obtenir l'ensemble des informations qui nous intéressaient, nous avons utilisé un guide d'entretien (Annexe 2, p.91) utilisé comme une check-list et comprenant la question de recherche, une explication du format de l'entretien développé ci-dessus ainsi que neuf thèmes constitués chacun de plusieurs sous-idées.

Le premier thème, nommé « Histoire et évolution », avait pour objectif de bien comprendre la trajectoire des collectifs en passant par les motivations derrière la création de ceux-ci, leurs grandes phases d'évolution (séquences), les difficultés et opportunités rencontrées ainsi que les différents apprentissages réalisés tout au long de cette trajectoire.

Le deuxième thème, appelé « Fonctionnement », visait, comme son nom l'indique, à bien saisir le fonctionnement des collectifs, c'est-à-dire leur type (société, ONG, indépendant), les différentes catégories de personnes y travaillant (salariés, bénévoles, personnes en insertion socio-professionnelle, etc.), leurs modes de financement et aides éventuelles (auto-financement, subsides, mécénat, etc.) et le tissu de partenaires dans lequel ces collectifs étaient inscrits.

Le troisième thème, se concentrant sur les « Valeurs et missions », avait pour objectif de bien comprendre la philosophie des collectifs, leurs valeurs, missions et stratégies et, s'ils en avaient, de connaître leurs revendications politiques par rapport au modèle de la fast fashion.

Le quatrième thème, nommé « Localisation », avait pour objectif de déceler les raisons ayant provoqué le développement de ces collectifs dans la Région de Bruxelles-Capitale. Derrière cette catégorie, l'idée était de voir ce que cette région présente de spécifique en termes de leviers et de freins au développement de ces alternatives.

Le cinquième thème, appelé « Fast fashion/ultra fast fashion » se concentrait sur les attachements et détachements par rapport au modèle de la fast fashion en questionnant les personnes interviewées sur la définition qu'elles lui donnent, les problèmes qu'elles y soulèvent et qu'elles souhaitent dépasser, les aspects éventuels à conserver, la concurrence naissante suite aux alternatives proposées par la fast fashion elle-même et les impacts concernant le modèle de l'ultra fast fashion.

Le sixième thème, dénommé « Revalorisation textile/pratiques », se concentrait sur des questions relatives aux activités proposées par les collectifs, aux types de vêtements et textiles acceptés pour leurs activités ainsi que leur origine, à l'organisation du processus de production et de récupération, à leur conception du vêtement (pour voir si cette conception se détachait de la culture du jetable prônée par la fast fashion), aux soutiens, acteurs et matériaux nécessaires à ces activités, à la hiérarchie de la revalorisation appliquée par ces collectifs, à une activité éventuelle que ceux-ci considèrent comme porte-parole de cette revalorisation et aux bénéfices et inconvénients des activités proposées par eux.

Le septième thème, appelé « Mode alternative » se concentrait sur la définition du modèle proposé par les collectifs, sur les frontières entre leur modèle et celui de la fast fashion, sur la question de la concurrence entre les alternatives ainsi que sur les autres combats portés par les collectifs.

Le huitième thème, nommé « Public », s'intéressait au(x) public(s) intéressé(s) par les collectifs ainsi qu'à un questionnement concernant une éventuelle coévolution entre leur offre et la demande.

Enfin, le dernier thème, appelé « Perspectives », se focalisait sur les aspirations des collectifs concernant leur avenir et celui de la fast fashion et de la mode de manière plus générale ainsi que sur les aides et difficultés pour l'avenir.

Une question de clôture invitant les collectifs à nous partager ce qu'ils feraient s'ils avaient une baguette magique nous permettait d'ouvrir l'entretien à d'autres sujets que nous aurions éventuellement oubliés d'aborder.

3.3. Méthode d'analyse des données

Pour traiter les données obtenues grâce à nos entretiens semi-directifs, nous sommes passées par deux étapes : une analyse catégorielle inductive par entretien, nous permettant de mettre de l'ordre dans nos idées pour développer les trajectoires des collectifs, puis une analyse transversale pour mettre en lumière les apprentissages croisés des entretiens en ce qui concerne la problématique traitée.

Dans un premier temps, nous avons donc codé les retranscriptions des entretiens semi-directifs au travers d'une analyse catégorielle qui « consiste en une opération de découpage du texte en unités suivies d'une opération de classification de ces unités en catégories en rassemblant des éléments ayant des caractères communs sous un titre générique » (Brossais, Panissal & Garcia-Debanc, 2014, p.118). Pour cela, nous avons, tout d'abord, passé en revue quatre entretiens individuellement (Demain Sélection, Pandri, Terre ASBL et R-Use Fabrik) en procédant à une catégorisation inductive et approfondie en identifiant au fur et à mesure de notre lecture les catégories et sous-catégories présentes dans les entretiens grâce à des couleurs de police ainsi qu'à des surlignages colorés de texte pour permettre de combiner couleurs et surlignages pour une même portion de texte. Nous avons fait cela en classant et fusionnant si nécessaire ces catégories et sous-catégories avec l'aide d'un tableau Excel très détaillé reprenant les catégories, les sous-catégories, leur description ainsi que les numéros de lignes des citations s'y référant.

Afin d'illustrer cette méthodologie, le tableau Excel réalisé pour le collectif « Pandri » se trouve ci-dessous et la retranscription codée de cet entretien avec les couleurs de police et surlignages colorés se trouve, quant à elle, en annexe (Annexe 3, pp.92-97).

| 1 | Catégories | Sous-catégories | Acteurs | Description | Citations |
|----|---|--|--|---|---|
| 2 | 1) Séquences | 1. Séquence d'apprentissage concernant la seconde main et les conséquences de la fast fashion | Pandri | Florence s'intéresse à la seconde main et aux conséquences de l'industrie textile « visionnage d'un documentaire sur la face cachée du don et volonté d'y mener une solution locale | Lignes 20 à 21, 25 à 32, 357 à 364, 434 et 495 |
| 3 | | 2. Séquence de lancement et de développement du concept autour du troc de vêtements | | Lancement de l'ASBL, des premiers trocs pour femmes, élargissement aux enfants | Lignes 15 à 16, 32 à 41, 57 à 61, 65 à 69, 72, 78 à 81, 89 à 92, 97 à 104, 110 à 113, 131, 153 à 161, 195 à 197, 200, 210 à 211, 236 à 237, 243 à 246, 282 à 283, 287 à 289, 293 à 296, 329, 483 à 494, 516 à 519 |
| 4 | | 3. Séquence de repositionnement du projet pour plus de professionnalisme | | Volonté de professionnaliser, et de développer une boutique, accompagnement par l'incubateur Greenlab « redéfinition des points amiables aux vêtements (plus de points pour marques Ethique) et des vêtements acceptés (stop ultra fast fashion) | Lignes 41 à 50, 56 à 57, 119 à 122, 126, 136 à 142, 148 à 150, 161 à 163, 167 à 168, 172 à 176, 180 à 181, 194 à 195, 246 à 247, 316 à 317, 329 à 333, 338 à 342, 348 à 352, 387 à 389, 491 à 493, 494 à 495, 545, 534 à 537 |
| 5 | | 4. Séquence d'expansion du projet | | Volonté d'étendre le projet à d'autres boutiques et d'autres villes en Belgique | Lignes 317 à 319, 378 à 387, 389 à 392, 554 à 557 |
| 6 | 2) Allées | | Pandri | - 80% de femmes de 25 à 35 ans, bruxelloises, aisées, certaines pour raisons écologiques et d'autres pour les bonnes affaires, plaisir de la fipe (les fashionista) - Pas subtile, mais clairement un intérêt ces 2 dernières années, demande de plus en plus grande pour la seconde main, au départ entre amies et aujourd'hui public prêt et demandeur | Lignes 469 à 474, 481 à 495 |
| 7 | | | Pandri | Acteurs de soutien : le Green Lab, Village Finance, 10-15, hub brussels, Grand Hospice et la Lingerie Nationale, financements dans l'économie circulaire et le développement durable, bénévoles, parents, de plus en plus de personnes intéressées, Vinred (devenu complémentaire), les autres acteurs de la mode durable, MAD Acteurs aidés : CYCLUP et le magasin gratuit | Lignes 45 à 46, 67 à 68, 72, 76 à 77, 97 à 99, 159 à 163, 167 à 168, 172 à 176, 180 à 181, 184 à 190, 195 à 197, 226 à 227, 243 à 247, 262 à 269, 275 à 277, 287 à 289, 293 à 296, 333, 403 à 405, 409, 413 à 416, 428, 461 à 464, 503 à 504, 508 à 510 |
| 8 | 3) Traduction concurrente | | Pandri | Au départ, concurrence de Vinred | Ligne 329 |
| 9 | | | Pandri | Fast fashion, mais surtout ultra fast fashion - N'y a rien qui va, mais surtout problème de surconsommation, de création de dés, de plaisir, plus on a, mieux c'est - N'accepte plus l'ultra fast fashion en raison du problème de qualité (ça ne fonctionne pas en seconde main), mais aussi pour tout l'aspect social et environnemental | Lignes 121 à 122, 348 à 352, 357 à 364, 567 |
| 10 | | | Pandri | Donc entre parents | Lignes 99 à 104 |
| 11 | | | Pandri | Difficulté de faire comprendre le concept au public dans un premier temps | Lignes 210 à 211, 236 à 238, 227 à 231 |
| 12 | 4) Activités fonctionnelles | Seconde main (F) | Pandri | Troc qui est une forme de seconde main | Lignes 113 à 115, 516 à 517 |
| 13 | | Événement (F) | Pandri | Propose des événements et bientôt une boutique autour du troc de vêtements | Lignes 32 à 38, 202, 426 à 427, 516 à 519, 545 |
| 14 | | Coaching (F) | Pandri | Par actuellement, mais aimerait | Lignes 368 à 370 |
| 15 | | Régions (F) | Pandri | Par actuellement, mais aimerait | Lignes 390, 395 à 393 |
| 16 | | Upcycling (F) | Pandri | Par actuellement, mais aimerait | Lignes 382 à 383 |
| 17 | | Type de structure légale | Pandri | ASBL | Lignes 15 à 16 |
| 18 | | Don (F) | Pandri | Donc des vêtements qui ne correspondent pas aux critères à des associations | Lignes 85 à 87 |
| 19 | | Hashtag de vêtements via un ticket de troc (F) | Pandri | 10 pièces à troquer requies via l'achat d'un ticket | Lignes 57 à 59, 86 à 92, 282 à 283, 504 à 507 |
| 20 | | Frais d'échanges (F) | Pandri | Frais d'échanges pour la boutique | Lignes 138 à 142 |
| 21 | | Types de tondeuses (ciseaux) / machines de vêtements (F) | Pandri | Vêtements en bon état, sans trous ni tâches pour les trocs, pas d'ultra fast fashion | Lignes 53 à 61, 121 à 122 |
| 22 | | Tro (F) | Pandri | Vérification des pièces amovibles, qu'elles ne soient pas lâchées, trocs sous forme de troc | Lignes 53 à 61 |
| 23 | | Stockage (F) | Pandri | Espace de stockage au Grand Hospice avec 200-300 pièces | Lignes 196 à 198, 282 à 283, 287 à 289 |
| 24 | | Vente (F) | Pandri | Vente de tickets | Lignes 57 à 59 |
| 25 | Bénévoles (F) | Pandri | Aide de bénévoles dans les activités opérationnelles | Lignes 53 à 61 | |
| 26 | Points (F) | Pandri | Ambulation de points à déposer sur base du type des vêtements Marques Ethique pour doubler points | Lignes 77 à 81, 110 à 113, 117 à 118 | |
| 27 | Magasin physique (Bénévoles, une rencontre éco-responsable, etc) (F) | Pandri | Ouverture d'une boutique basée sur le troc | Lignes 47 à 49, 56 à 57, 148 à 150, 545 | |
| 28 | Événements (F) | Pandri | Organisation d'un événement par mois autour du troc de vêtements | Lignes 56 à 61 | |
| 29 | Développement (F) | Pandri | Par actuellement, mais aimerait | Lignes 554 à 557 | |
| 30 | Lobbying (F) | Pandri | Par de lobbying, plutôt proposer un service, mais pourrait être intéressant de développer un réseau, une organisation pour être plus fort ensemble | Lignes 426 à 427 | |
| 31 | Prix | Pandri | 10 euros plus 12 par ticket et 10 euros pour un ticket combiné | Lignes 86 à 92 | |
| 32 | 5) Philosophies valeurs/modèle | Garde-robe circulaire, partagée pour ne pas racheter du neuf et valoir ce qui n'est pas porté | Pandri | Avoir moins de vêtements dans notre garde-robe et être plus dans le partage, créer une énorme garde-robe partagée où on peut échanger nos pièces contre de nouvelles, être dans le partage plutôt que d'acheter du neuf Proposer une solution simple et efficace à l'envie de nouveauté sans acheter du neuf, en échangeant et en utilisant les vêtements consommés | Lignes 300 à 306, 368 à 373, 516 à 519 |
| 33 | | Valoriser les belles pièces (éthiques et de luxe) | Pandri | Catégorie Ethique pour valoriser belles pièces | Lignes 113 à 121 |
| 34 | | Projet circulaire, circuit-court et local | Pandri | Circulaire car on échange nos vêtements et local et circuit-court parce qu'on échange avec le voisin, contrairement à Vinred avec lequel les vêtements parcourent parfois des km et que la boutique ouvre à Bruxelles où est le public-cible | Lignes 312 à 319, 462 à 464 |
| 35 | | Voit les autres alternatives comme complémentaires (Vinred qu'elle considérait autrefois comme un concurrent est plutôt complémentaire déconnecté) | Pandri | Au plus il y aura d'offres et de services, au plus ce sera facilité, coaction d'un écosystème | Lignes 329 à 333, 338 à 342 |
| 36 | | Recommandations politiques | Pandri | Créer une organisation de la mode durable, choses répressives (mettre une taxe sur la fast fashion, principe du pollueur-payeur, responsabiliser les individus, amener l'affichage oppressant) et choses incitatives (comme un budget réparation pour les vêtements, enlever la taxe sur la seconde main) pour stopper la surproduction et la surconsommation, si elle pouvait, elle supprimerait la fast fashion et ultra fast fashion | Lignes 415 à 416, 427 à 430, 436 à 446, 450 à 453, 557 à 562, 569 |
| 37 | Offre essayée, instantanée, thérapeutique, qualitative et experte | Pandri | Offre essayée, instantanée, thérapeutique, qualitative et propre | Lignes 523 à 535 | |
| 38 | Elle souhaiterait plus tard proposer une expérience mode durable 360° | Pandri | Elle souhaiterait plus tard proposer une expérience mode durable 360° avec de la réparation, des collaborations avec des designers, de l'upcycling, des cours pour éduquer les consommateurs | Lignes 378 à 382 | |

Figure 2 : tableau catégoriel du collectif « Pandri »

En parallèle, nous avons progressivement constitué un fichier dans des fichiers PowerPoint les trajectoires individuelles des collectifs permettant de montrer leur évolution. Ci-dessous, se trouve, pour exemple,

la trajectoire du collectif « Pandri ». Le lecteur pourra consulter les trajectoires réalisées de manière détaillée dans la partie « Présentation des résultats » ainsi que dans les annexes 4 (pp.98-99), 5 (pp.100-102) et 6 (pp.103-104).

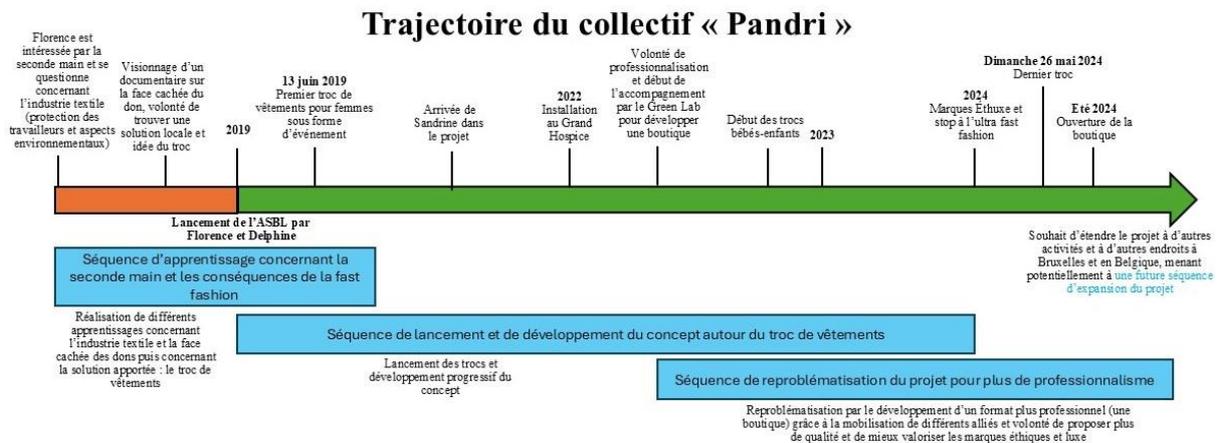


Figure 3 : exemple de trajectoire

Une fois ce systématisme intégré et faisant le constat d'une récurrence des mêmes catégories et sous-catégories pour l'ensemble des entretiens, nous nous sommes, par la suite, basée sur la catégorisation préétablie grâce à l'analyse des quatre premiers entretiens en relevant dans les autres (Oh Fil Deleau, Oxfam Belgique, La Fripothèque, méson, la marque d'upcycling souhaitant garder l'anonymat et CYCLUP) les catégories et sous-catégories préalablement identifiées, tout en nous laissant la possibilité d'en voir émerger de nouvelles, en utilisant un codage en polices et surlignages colorés avec une légende, mais sans tableaux Excel détaillés. Nous avons finalement obtenu les différentes catégories et sous-catégories présentées ci-dessous. L'ensemble des entretiens codés ainsi que des tableaux d'analyse peuvent être mis à disposition du jury sur demande.

L'analyse catégorielle par entretien a permis de faire ressortir cinq catégories (distinguées parfois également en sous-catégories) présentes dans l'ensemble des discours. Les catégories émergentes des discours se distinguent *in fine* des thèmes tels qu'élaborés *a priori* pour la conduite des entretiens.

La première catégorie, nommée « Séquences », permet de mettre en évidence un certain nombre de séquences définies comme des manières de décrire une trajectoire en un certain nombre de périodes durant lesquelles les collectifs vivent une étape spécifique de leur évolution caractérisée par une modification de la nature des changements, par des natures d'évolution différentes, par un passage à une autre étape de leur développement.

La deuxième catégorie, nommée « Alliés », permet de relever les actants mobilisés par les collectifs et permettant d'accélérer, d'améliorer, de faciliter le développement de ceux-ci. En effet, comme expliqué plus haut dans la partie « Cadres théoriques », les alliés font référence aux actants mobilisés par le *primum movens* pour constituer et étendre le collectif sociotechnique. Nous y retrouvons par exemple des organismes ayant fourni des financements (subsidés, mécénat, etc.), des coachings, mais aussi les publics progressivement intéressés par les collectifs.

La troisième catégorie, nommée « Traduction concurrente », permet à l'inverse, de mettre en lumière les actants ayant freiné, contrecarré, rendu plus difficile le développement de ces collectifs. De fait, comme expliqué plus haut dans la partie « Cadres théoriques », la traduction concurrente fait référence aux actants, vus comme des concurrents, qui tentent de définir autrement que le *primum movens* l'identité des actants à enrôler. Dans cette catégorie, nous retrouvons par exemple les enseignes de fast fashion et d'ultra fast fashion, mais aussi des plateformes de vente en ligne telles que Vinted.

La quatrième catégorie, nommée « Activités/fonctionnement », s'intéresse au fonctionnement des collectifs en ce qui concerne leurs activités. Au sein de cette catégorie, nous avons pu mettre en évidence six sous-catégories pertinentes présentes dans les différents entretiens :

1° le statut légal : format légal du collectif (ex : personne physique, association sans but lucratif, société à responsabilité limitée, etc.).

2° les filières d'activités : types d'activités de traitement des textiles utilisées pour remettre ces textiles dans le circuit d'utilisation (ex : seconde main, réparation, upcycling, etc.).

3° les activités opérationnelles : activités qui traitent principalement de la manière dont les textiles sont obtenus, collectés, acheminés, stockés et remis dans le circuit d'utilisation. L'opérationnel est donc lié au mode de récupération des textiles et à leur traitement avant et après être passés dans une filière (ex : don, dépôt-vente, tri, stockage, vente, etc.).

4° les formats des activités : structures mises en place pour le contact direct avec les clients (ex : magasin physique, e-shop, atelier de confection, événements, cours, etc.).

5° les activités de conscientisation : activités qui ne concernent pas le traitement des textiles, mais plutôt la manière d'informer et de convaincre les consommateurs et le politique concernant les problématiques de l'industrie du textile et de l'habillement (ex : sensibilisation et lobbying).

6° le prix : prix pratiqués par les collectifs.

La cinquième catégorie, nommée « Philosophie/valeurs/modèle », se concentre sur les valeurs portées par les collectifs et les modèles dans lesquels ils s'inscrivent.

Au terme de cette analyse catégorielle par entretien, nous avons pu nous rendre compte qu'il existait, parmi les dix collectifs rencontrés, deux catégories bien distinctes de collectifs : d'une part sept collectifs avec à la base de leur création des actrices étant des femmes entrepreneuses (porteuses des collectifs) ayant constitué ceux-ci de A à Z depuis leur création jusqu'à leur éventuelle reproblématisation ou expansion et, d'autre part, trois collectifs institutionnalisés faisant partie d'un mouvement social comme c'est le cas d'Oxfam Belgique, de Terre ASBL et de CYCLUP qui est rattaché au Centre Public d'Action Sociale de la Ville de Bruxelles. Étant donné que ces deux catégories fonctionnent de manière très différente, pour la suite du mémoire, nous nous sommes davantage concentrée sur les femmes entrepreneuses à la base d'un collectif plutôt que sur les collectifs institutionnalisés, mais tout en utilisant les données de ces derniers pour venir enrichir les discussions et interprétations. Dans la partie « Présentation des résultats », nous nous concentrons donc sur l'explicitation des trajectoires des sept collectifs créés par des femmes entrepreneuses, mais les trajectoires des trois autres collectifs sont également présentées dans les annexes 4 (Oxfam Belgique, pp.98-99), 5 (Terre ASBL, pp.100-102) et 6 (CYCLUP, pp.103-104).

Dans un second temps, dans la partie « Discussion et interprétation », nous avons réalisé une analyse transversale des entretiens de façon à éclairer notre question de recherche, à savoir la manière dont ces collectifs se détachent du modèle dominant de la fast fashion, les activités qu'ils proposent ainsi que les nouvelles trajectoires et nouveaux modes d'attachement et de détachement qu'ils construisent, et ce en croisant les données avec les concepts (fast fashion) et cadres théoriques préalablement présentés : la perspective multi-niveaux, la théorie de l'acteur-réseau et l'innovation par retrait.

4. Présentation des résultats

Comme expliqué précédemment, pour nous aider dans notre démarche de recherche, nous avons élaboré des catégories de manière inductive nous permettant de classer les données, mais dans un souci de fluidifier la lecture et de ne pas perdre en nuances et en finesse, nous allons présenter de manière continue (c'est-à-dire sans intégrer les catégories) les trajectoires des collectifs avec à leur base des femmes entrepreneuses.

4.1. Oh Fil Deleau

Pour le collectif « Oh Fil Deleau » avec à sa base Ophélie Deleau, la trajectoire est constituée de quatre séquences : la séquence d'apprentissage des techniques de couture et du monde de la mode, la séquence de lancement et de développement de la marque centrée sur l'humain et la grande taille, la séquence de développement adaptatif pour rendre le modèle plus rentable et la séquence de reproblématisation de la marque vers plus de revalorisation, de local et d'humain.

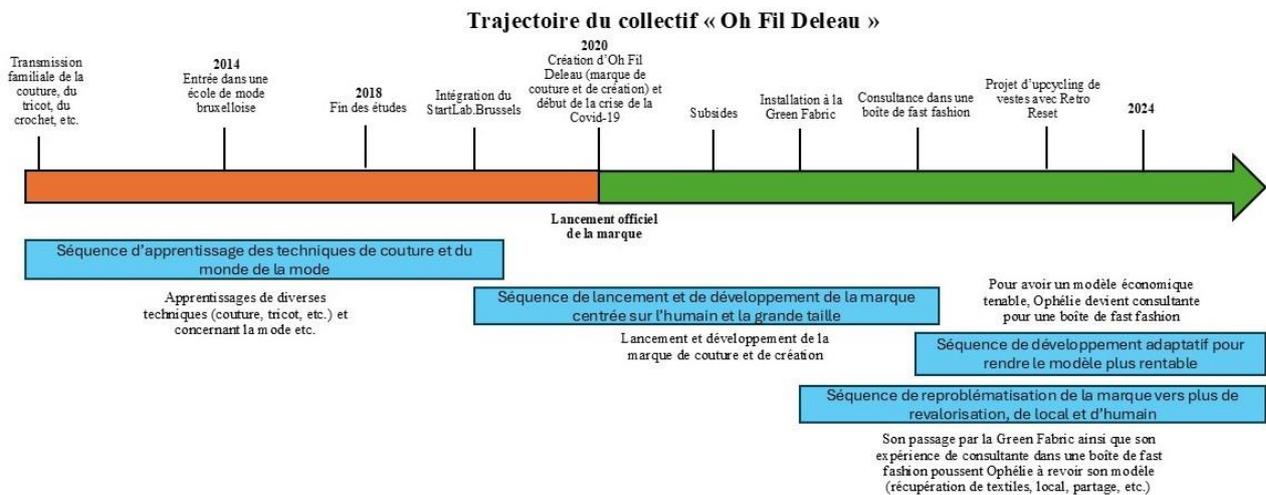


Figure 4 : trajectoire du collectif « Oh fil Deleau »

Séquence d'apprentissage des techniques de couture et du monde de la mode

Pour Ophélie, les apprentissages démarrent très tôt, car la couture est une histoire de transmission familiale qu'elle pratique depuis son enfance. Son entrée dans une école de mode bruxelloise lui permet de poursuivre ses apprentissages et la fait sortir des codes habituels de la mode, car elle ne s'y retrouve pas. Elle souhaite recentrer le vêtement sur l'humain en lui demandant son avis et militer pour de la grande taille.

Séquence de lancement et de développement de la marque centrée sur l'humain et la grande taille

À la sortie de ses études, en 2018, Ophélie commence à mobiliser différents alliés lui permettant de lui amener les compétences pour créer sa marque de couture et de création « Oh Fil Deleau » ainsi que des moyens financiers et des infrastructures pour la faire vivre. Cette marque, elle la problématise comme centrée sur l'humain et militante pour de la grande taille. Tout d'abord, elle entre en contact avec le StartLab.Brussels, un incubateur bruxellois, qui l'aide à lancer sa marque qui naît en 2020 en statut d'indépendante pour travailler sur des projets de particuliers et de professionnels (étudiants, artistes, créateurs, etc.) et donner des cours de couture. Puis, la crise de la Covid-19 arrive et Ophélie bénéficie de différents subsides pendant et après la Covid qui lui permettent de perpétuer ses activités. À côté de cela, ayant des difficultés à trouver un endroit fixe pour s'installer, elle passe par différents ateliers, puis tombe sur la Green Fabric, lui permettant de louer un atelier accessible 24h sur 24h. Elle s'installe ensuite dans un appartement suffisamment grand à Bruxelles pour y baser son atelier.

Séquence de développement adaptatif pour rendre le modèle plus rentable

Le modèle économique d'Ophélie n'étant pas tenable pour l'instant, en plus de s'appuyer sur des subsides, elle devient consultante pour une enseigne de fast fashion. Son expérience dans cette enseigne lui fait rapidement, selon ses termes, constater l'ampleur des dégâts de ce modèle basé sur la surproduction, le non-respect du client, une grosse empreinte carbone, une grosse quantité de déchets textiles, une absence de local et une chaîne de production opaque : « Mais du coup c'est pas du tout dans mes valeurs et j'avais pas envie d'y aller, mais j'y allais parce que j'avais besoin d'argent » (Entretien avec Ophélie Deleau). Toutefois, cette activité complémentaire étant actuellement financièrement nécessaire à Ophélie, elle y est toujours consultante de manière ponctuelle.

Séquence de reproblématisation de la marque vers plus de revalorisation, de local et d'humain

Cette expérience dans une boîte de fast fashion et la découverte des merceries écoresponsables (vendant des tissus de seconde main) par l'intermédiaire de la Green Fabric poussent Ophélie à progressivement transformer son modèle vers plus de revalorisation, de local et d'humain. D'une part, elle récupère les textiles inutilisés de l'enseigne de fast fashion pour de futurs projets et tente d'y inculquer des valeurs de responsabilité telles que la réutilisation des déchets textiles et le développement d'un service de couture. D'autre part, elle reproblématise ses valeurs et modifie ses pratiques au sein de sa marque par l'utilisation de matériaux de seconde main et par la volonté de refaire du local (comme c'était le cas dans le passé en Belgique), d'humaniser le processus, d'y mettre de la transparence, du partage et de la qualité, de gagner sa vie sans forcément faire de gros profits et de limiter ses déchets textiles (elle aimerait les revaloriser encore davantage à l'avenir). Elle a d'ailleurs réalisé un boudin de porte avec ses chutes de tissus pour une cliente et est récemment entrée dans son premier gros projet local et circulaire, réalisant des vestes upcyclées pour un autre acteur bruxellois travaillant dans l'upcycling textile, Retro Reset. Elle souligne également qu'il serait intéressant d'avoir une déchiqueteuse en Belgique pour pouvoir revaloriser les petites chutes de tissus.

Toutefois, étant donné que la majorité des clients de la marque ne sont pas dans une démarche écoresponsable et souhaitent qu'Ophélie utilise des tissus neufs pour leurs créations, beaucoup de ses créations se font encore avec des textiles neufs.

Aujourd'hui, Ophélie se dit styliste, couturière et artisan textile, utilisant le tissu dans toutes les possibilités qu'il peut y avoir et essayant constamment de développer de nouvelles compétences : couture, réparation, upcycling, revêtement textile pour des meubles, création de costumes, etc. Elle n'est actuellement ni active dans la sensibilisation, ni dans le lobbying, mais elle aimerait à l'avenir réaliser de la sensibilisation au travers des réseaux sociaux et éventuellement d'un film et elle nous a partagé différentes revendications politiques par rapport à la fast fashion, comme le développement d'une certification, la limitation des arrivages de l'étranger et des mesures pour favoriser les petits acteurs et punir les grands. Elle soulève toutefois un questionnement plus macro, relevant le fait que la fast fashion crée des emplois et que, si elle était amenée à disparaître, les travailleurs de ce modèle se retrouveraient sans emploi.

Si Ophélie déplore la fast fashion, elle déplore encore davantage l'ultra fast fashion et elle en dit ceci : « Après l'ultra fast fashion, c'est parce qu'en fait les gens ont été biberonnés aux changements hebdomadaires presque » (Entretien avec Ophélie Deleau). Elle souligne la très mauvaise qualité des vêtements qu'on ne garde pas longtemps et qui font donc perdre de l'argent plus qu'en économiser. Elle comprend toutefois que certaines personnes qui manquent d'argent puissent privilégier ce modèle.

4.2. Demain Sélection

Pour le collectif « Demain Sélection » avec à sa base Philippine François, la trajectoire est constituée de quatre séquences : la séquence de découverte des alternatives aux textiles neufs pour enfants, la séquence de lancement et de développement du magasin de vêtements de seconde main pour enfants, la séquence d'expansion du projet et la séquence de reproblématisation du projet vers plus de revalorisation textile.

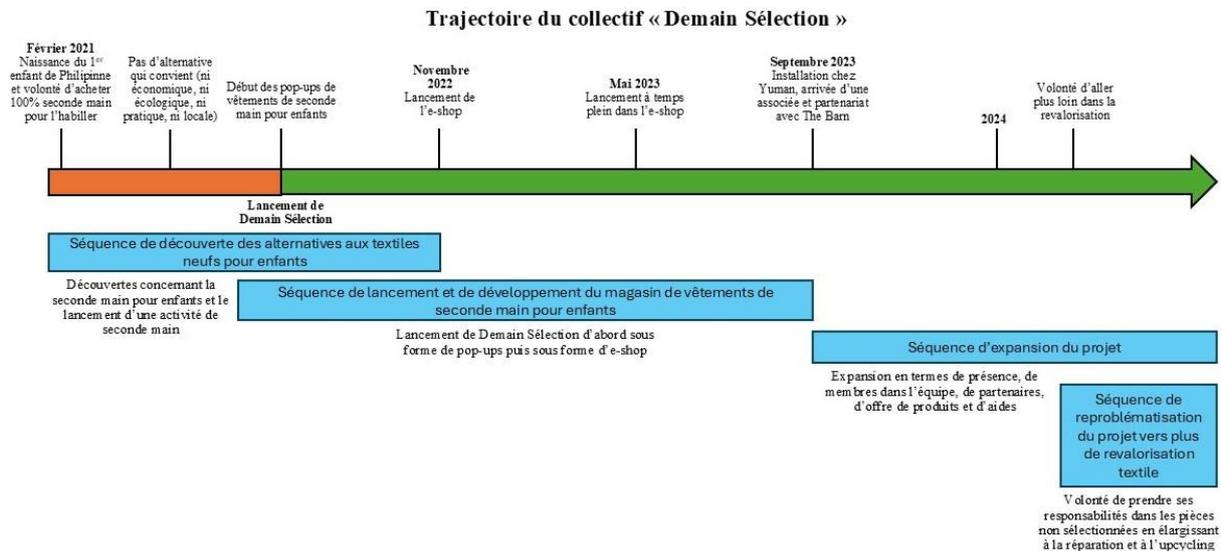


Figure 5 : trajectoire du collectif « Demain Sélection »

Séquence de découverte des alternatives aux textiles neufs pour enfants

En février 2021, Philippine souhaite acheter des vêtements 100% seconde main pour son enfant, se rendant compte de l'importante quantité de vêtements qu'il faut pour l'habiller. Assez vite, elle fait face à une difficulté : elle se rend compte qu'il existe peu d'offres qualitatives, pratiques, écologiques et économiques de seconde main pour enfants à Bruxelles (brocantes, Vinted et friperies) et c'est ce qui la pousse à souhaiter créer son propre projet.

Séquence de lancement et de développement du magasin de vêtements de seconde main pour enfants

C'est ici que commence, à cheval sur la première, la deuxième séquence centrée sur le lancement et le développement du magasin de vêtements de seconde main pour enfants. Philippine problématise son projet : l'objectif est de convaincre que la seconde main est une évidence écologique et économique pour les enfants en proposant des vêtements de seconde main pour enfants en parfait état et de différentes marques tendances (Zara, H&M, Petit Bateau, etc.), cela à un prix abordable, en toute transparence et avec un service après-vente irréprochable. Elle lance donc Demain Sélection, un magasin de vêtements de seconde main pour enfants où elle propose du dépôt-vente, c'est-à-dire de vendre des vêtements d'enfants d'autres parents avec une commission à l'appui.

Philippine démarre son activité par des pop-ups (location d'un espace pour une vente temporaire) et se rend compte qu'il y a une communauté intéressée. Toutefois, elle estime que le format des pop-ups n'est pratique ni logistiquement, ni temporellement et elle décide alors de modifier le format, se lançant dans un e-shop à côté de son travail en novembre 2021 auquel elle se consacre à temps plein à partir de mai 2023. Assez vite, Philippine partage son projet sur les réseaux sociaux et y fait de la sensibilisation de manière assez passive.

Au travers de ce projet, Philipinne souhaite proposer un modèle à l'opposé de la fast fashion, « essayant de ne pas produire des vêtements, mais [d'] utiliser des vêtements qui existent déjà pour les enfants » plutôt que de « produire en grande quantité des vêtements dont on n'a pas forcément besoin » (Entretien avec Philipinne François) comme le fait la fast fashion. Le projet ne regarde toutefois pas à la qualité ou la durabilité des vêtements, car l'objectif est d'avoir une offre large pour convaincre, et propose donc des vêtements de marques de fast fashion (Zara et H&M), mais pas d'ultra fast fashion (comme Shein) parce qu'ils ne « sont pas du tout de bonne qualité » et car « ces marques sont trop extrêmes » (Entretien avec Philipinne François). Philipinne explique également qu'elle ne touche pas le même public-cible que l'ultra fast fashion qui a un public avec une fourchette de revenus plus basse.

Séquence d'expansion du projet

En novembre 2023, Demain Sélection entre dans une nouvelle séquence toujours en cours et caractérisée par le fait que le projet prend de plus en plus d'ampleur grâce à la mobilisation de différents alliés, que ce soit en termes de présence (e-shop, magasin et pop-ups à Bruxelles et en Flandre), de membres dans l'équipe (arrivée d'une associée (Florence), d'une étudiante et de stagiaires), de partenaires (Yuman, la plus grosse opportunité car devenant le lieu accueillant les bureaux et le stock du projet, et les supermarchés The Barn devenant des points de collecte), d'offre de produits (augmentation du stock jusqu'à atteindre 10 000 produits) et d'aides (hub.brussels pour des coachings gratuits et le Réseau Entreprendre Bruxelles qui est le réseau d'entrepreneurs à Bruxelles). Demain Sélection décide également de faire don à des associations des vêtements qui ne sont pas suffisamment en bon état mais encore portables pour de la seconde main et de faire don des vêtements en trop mauvais état à Be The Fibre, une organisation flamande, pour du recyclage.

Durant cette séquence, les difficultés rencontrées sont les suivantes : la méfiance vis-à-vis de la qualité de la seconde main, les difficultés financières malgré une bonne croissance (car Demain Sélection n'a pas encore bénéficié de subsides et n'est pas en mesure de financer les associées), la taxe à 21% alors qu'il s'agit de seconde main et les lacunes en logistique et en informatique. La traduction concurrente de Vinted, proposant un service de seconde main en ligne à plus grande échelle, vient également affecter les activités de Demain Sélection qui tente de proposer un service plus local. Il est toutefois intéressant de souligner le fait que Philipinne estime que les concurrents de la seconde main constituent davantage une aide pour faire changer les mentalités et développer le marché de la seconde main que de véritables concurrents (même Vinted qui est aussi vu comme un concurrent), nous faisant ainsi entrevoir une mobilisation et le développement d'une vision commune.

Séquence de reproblématisation du projet vers plus de revalorisation textile

La quatrième et dernière séquence commence il y a peu lorsque Philipinne et Florence reproblématisent la manière dont elles revalorisent les textiles, car elles décident de prendre davantage leurs responsabilités dans les pièces non sélectionnées. En effet, plutôt que de faire don des pièces qui ne sont pas en assez bon état à des associations, elles souhaitent désormais réparer les vêtements et envisagent également de créer une gamme de vêtements upcyclés pour les proposer sur le site avant de passer par le don. À cette fin, Philipinne a d'ailleurs mobilisé un nouvel allié, R-Use Fabrik, association dans laquelle elle a suivi un cours de réparation et avec laquelle elle envisage peut-être un partenariat pour l'upcycling.

4.3. La Fripothèque

Pour le collectif « La Fripothèque » avec à sa base Elisa Korpak, la trajectoire est constituée de deux séquences : la séquence de découverte et d'apprentissage concernant la seconde main et les conséquences de la fast fashion et la séquence de lancement et de développement de l'association

mêlant revalorisation textile et précarité étudiante. Une prochaine séquence est envisagée pour ce collectif, mais n'est pas encore d'actualité : la séquence d'expansion de l'association.

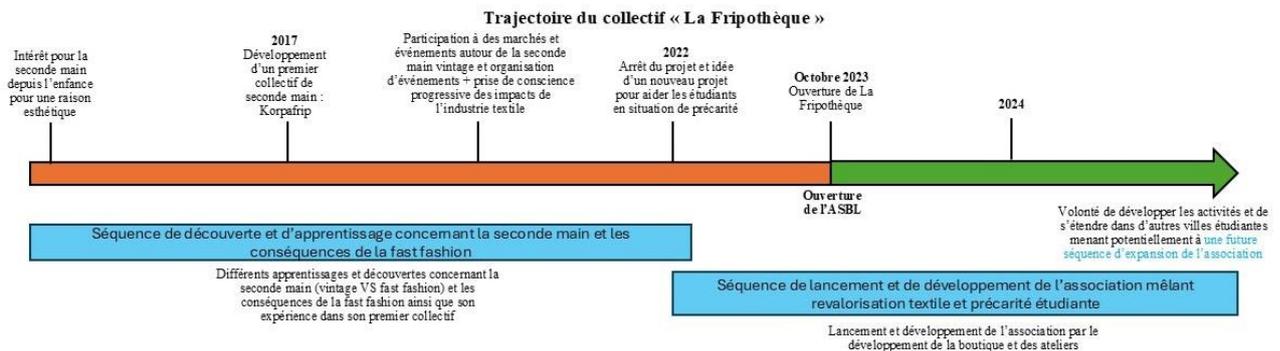


Figure 6 : trajectoire du collectif « La Fripothèque »

Séquence de découverte et d'apprentissage concernant la seconde main et les conséquences de la fast fashion

Dès son enfance, Elisa consomme de la seconde main pour le côté esthétique, lui permettant de s'habiller différemment des autres. Un intérêt porté par d'autres pour ses tenues la pousse en 2017 à lancer un premier projet de friperie en ligne où elle vend des vêtements aux enchères. Le projet prend de l'ampleur et lui permet de poursuivre ses apprentissages : elle participe à des marchés locaux, à des événements vintages et organise des événements chez elle et, tout cela, en parallèle de ses études de droit. Ces années dans le monde de la seconde main lui font prendre conscience des impacts de la fast fashion, faisant progressivement naître l'objectif écologique de convaincre les gens à la seconde main. Ses années de pratique lui permettent également de repérer les belles pièces : les vêtements vintages qu'elle définit comme des vêtements qui ont plus de 20 ans et vont encore durer 20 ans, sont de meilleure qualité que les vêtements de fast fashion et sont généralement fabriqués en Europe. Pour Elisa, au sein de la seconde main, qui fait selon elle partie de la slow fashion qu'elle définit comme « une méthode plus douce de consommer » (Entretien avec Elisa Korpak), nous retrouvons deux types de vêtements : le fast fashion pas neuf et le vintage.

Séquence de lancement et de développement de l'association mêlant revalorisation textile et précarité étudiante

L'entrée d'Elisa dans la vie professionnelle la pousse à mettre son projet de côté pendant 6 mois, mais assez rapidement un autre projet lui vient en tête, une association sans but lucratif qu'elle problématise comme proposant une activité de revalorisation textile pour aider les étudiants en situation de précarité en s'inspirant des Petits Riens, qui aident des personnes précarisées, et en reversant les bénéfices à des associations étudiantes. En 2023, elle tombe sur un local, s'associe avec une amie et lance son projet d'association en octobre sous la dénomination « La Fripothèque » au moment où la seconde main est en plein essor, ce projet étant favorisé par l'ancrage dans la communauté d'Elisa créée grâce à son premier collectif de seconde main. Assez rapidement, pour mieux connaître les droits et obligations de son association (chose qui n'est, selon Elisa, pas simple pour une association), elle fait appel à un allié : hub.brussels, un organisme gouvernemental qui aide les entreprises.

Au travers de la Fripothèque, Elisa vend des vêtements de seconde main vintages et y propose des ateliers de revalorisation textile (notamment autour de la couture, de l'upcycling et de la peinture textile) en faisant appel à des formatrices et, cela, en étant alimentée en textiles par des dons de particuliers, via L'îlot (une association d'aide au sans-abrisme qui est un allié mobilisé pour faire des échanges de textiles) et via des achats à des particuliers, dans d'autres friperies et en brocante. Il arrive

qu'elle effectue des petites réparations sur les vêtements pour les vendre. Pour l'aider dans ses activités, elle fait également appel à des étudiantes bénévoles et elle fait de la sensibilisation au travers des réseaux sociaux. Si les ventes permettent actuellement de rentrer dans les frais (charges et location), elles ne permettent pas d'engager quelqu'un et Elisa nous a confié ne pas encore avoir reçu de subsides malgré des tentatives.

Dès le début de la création du collectif « La Fripothèque », les valeurs d'Elisa sont claires. Le projet a un but social souhaitant aider les étudiants en situation de précarité, revaloriser le quartier et proposer des vêtements de qualité à un prix accessible, car selon Elisa, « bien s'habiller c'est un besoin élémentaire au même titre que manger, que se loger [...] » (Entretien avec Elisa Korpak). Son projet s'inscrit également dans la revalorisation textile qui est, selon elle, importante pour l'environnement et pour rendre les consommateurs plus responsables. Elle dit que dans ce qu'elle reçoit, « rien n'est jeté » (Entretien avec Elisa Korpak), qu'elle garde les vêtements soit pour la boutique, soit pour les ateliers, soit elle fait des échanges avec l'ASBL L'îlot.

Elisa essaie de ne pas avoir de vêtements de seconde main provenant de la fast fashion dans sa boutique, mais il peut arriver qu'elle en intègre, s'ils sont jolis, encore utilisables et parce qu'elle souhaite les utiliser plutôt que de les gaspiller. Elle leur applique toutefois un prix inférieur aux autres vêtements. Elle préfère proposer des vêtements vintage car ils durent, selon elle, plus longtemps que ceux de la fast fashion, cette dernière étant basée sur l'obsolescence programmée. Puis, elle nous fait part du fait qu'en utilisant des choses déjà produites, elle évite toutes les conséquences de la production des vêtements en fast fashion. Elle nous explique que ce modèle est basé sur des collections qui se renouvellent très vite, utilise des matériaux très polluants et des produits toxiques mauvais pour la santé et pour l'environnement, est basé sur la délocalisation (alors que la Belgique était pourtant réputée pour son industrie textile autrefois), fait travailler les ouvriers dans des conditions déplorables, fait parcourir des kilomètres aux vêtements en bateau et en avion et produit des déchets textiles qui sont brûlés ou créent d'énormes déchetteries à l'étranger. Elle cible des marques telles que Zara, H&M, Mango et Sandro. Pour Elisa, l'ultra fast fashion est la version pire de la fast fashion et elle cible Temu et Shein. Elisa explique également que son offre ne vise pas la même cible que la fast fashion et l'ultra fast fashion, car selon elle, les gens qui en achètent préfèrent avoir une grande quantité de vêtements pour pas cher et, selon ses dires, les personnes qui aiment la seconde main n'aiment pas la fast fashion.

En outre, Elisa nous a partagé différentes revendications politiques se rattachant à une taxation relative à l'empreinte écologique et à une injustice concernant la taxe à 21% alors que ce n'est pas du neuf et Elisa a également partagé le fait qu'il pourrait être intéressant de créer un réseau de la seconde main. En effet, elle ne considère pas les autres acteurs de la seconde main comme des concurrents, car, selon elle, plus il y a du choix, mieux c'est pour pousser les consommateurs à consommer autrement. Nous pouvons donc souligner ici le développement d'une vision commune. Elle explique d'ailleurs que le marché de la seconde main prend de l'ampleur et devrait dépasser le marché du neuf en 2027 selon les statistiques. Elisa relève toutefois la traduction concurrente causée par les plateformes permettant des ventes via Internet qui affecte ses activités et déconscientise les consommateurs.

Séquence d'expansion de l'association

Elisa nous a également partagé ses envies pour l'avenir faisant entrevoir une potentielle future séquence d'expansion de l'association visant à développer de la location de vêtements vintage et de créateurs locaux (trouvant cette solution plus écologique que l'acquisition), à engager du personnel, à proposer plus de produits (dont des collections upcyclées) et à se développer dans d'autres villes étudiantes. Elle nous a notamment expliqué qu'elle aimerait un jour travailler avec une couturière pour

faire une collection de vêtements upcyclés, upcycling qu'elle définit comme « le fait de transformer des choses qui ne sont plus utilisables en l'état » et une « alternative au fait de jeter » (Entretien avec Elisa Korpak), en excluant les vêtements en bon état. Elisa aimerait également rejoindre la fédération Ressources qui lui permettrait d'avoir davantage de contacts. Si cette séquence est envisagée, elle n'est toutefois pas encore d'application.

4.4. Pandri

Pour le collectif « Pandri » avec à sa base Florence Lepoudre, la trajectoire est constituée de trois séquences : la séquence d'apprentissage concernant la seconde main et les conséquences de la fast fashion, la séquence de lancement et de développement du concept autour du troc de vêtements et la séquence de professionnalisation du projet. Une prochaine séquence est envisagée pour ce collectif, mais n'est pas encore d'actualité : la séquence d'expansion du projet.

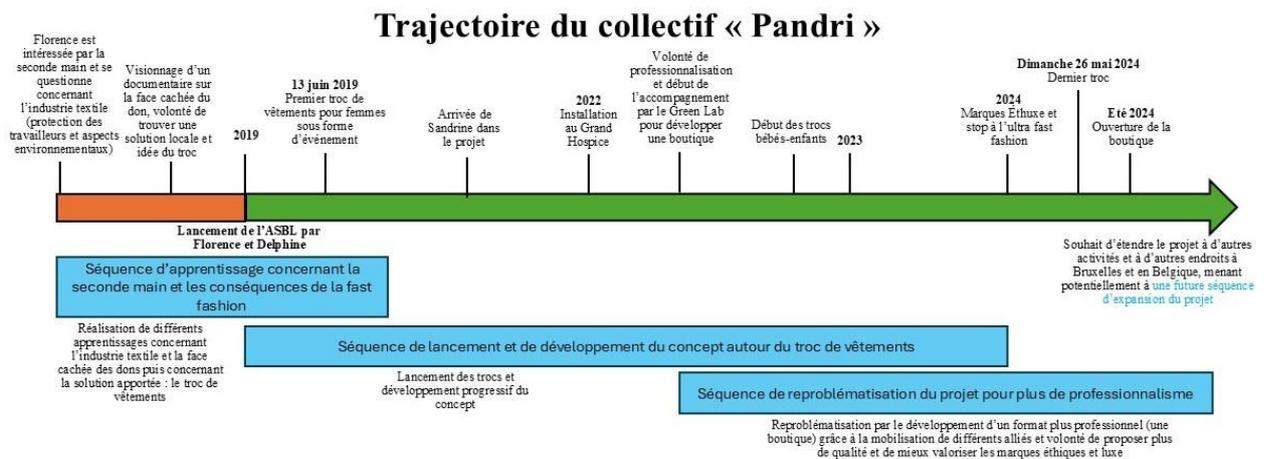


Figure 7 : trajectoire du collectif « Pandri »

Séquence d'apprentissage concernant la seconde main et les conséquences de la fast fashion

Avant 2019, Florence réalise différents apprentissages concernant l'industrie textile (plus précisément les conditions de travail et les aspects environnementaux problématiques) au travers de son intérêt pour la seconde main et d'un documentaire sur les dons de vêtements dans les bennes dont la plupart finissent à l'étranger. Elle souhaite alors trouver une solution plus locale pour réutiliser nos vêtements. De plus, Florence soulève les problèmes de la fast fashion, modèle dans lequel elle trouve que rien ne va, et pointe principalement la création de désir et de plaisir qui pousse à la surconsommation et qui est un problème sociétal général. Toutefois, elle comprend que les gens veulent renouveler leur garde-robe et elle trouve l'idée du troc de vêtements intéressante pour cela. Elle se met alors à la recherche d'une personne pouvant l'accompagner dans ce projet.

Séquence de lancement et de développement du concept autour du troc de vêtements

Florence fonde l'ASBL Pandri en 2019 avec son amie Delphine dans l'objectif de développer des événements autour du troc de vêtements pour voir si des gens peuvent être intéressés par ce « concept complètement nouveau et bizarre » (Entretien avec Florence Lepoudre). Pour Florence, le troc est une forme particulière de la filière de la seconde main, « une offre de seconde main qui [est] facile, rapide et qui [valorise] aussi surtout les produits qu'on [a] déjà dans sa garde-robe » (Entretien avec Florence Lepoudre). Selon Florence, ce concept permet d'apporter une solution simple et efficace permettant d'éviter d'acheter du neuf, d'échanger ses vêtements et d'utiliser les vêtements non-portés.

Florence et son amie organisent le premier troc le 13 juin 2019 en petit comité avec des amis en proposant des vêtements pour femmes et en fonctionnant avec un ticket d'entrée à 10€ contre la

possibilité d'amener des pièces à valoriser sur base d'un système de points se basant sur les prix en magasin (un pantalon valant par exemple 3 t-shirts). Au début des trocs, Pandri fait face à quatre difficultés : la réception d'un trop grand nombre de vêtements poussant à limiter à 10 pièces par ticket, l'explication du concept aux participants, la traduction concurrente assez forte de Vinted qui attirait le public de Pandri et la difficulté de trouver un local convivial avec de faibles moyens financiers.

Puis, progressivement, les gens comprennent mieux le concept et le collectif se développe de plus en plus grâce à la mobilisation de différents alliés : augmentation du nombre de personnes intéressées, agrandissement de l'équipe (puis rétrécissement à une équipe constituée de Florence et une autre personne, Sandrine), installation dans un nouveau local pas trop cher au Grand Hospice, aides financières grâce à des subsides dans le développement durable et l'économie circulaire et élargissement aux trocs pour enfants (en raison d'une demande, mais qui ne fonctionnent pas bien en raison de la traduction concurrente des dons effectués entre parents).

Lors des trocs, les vêtements sont reçus et vérifiés par des bénévoles qui s'assurent que les vêtements sont en bon état, sans trous, ni tâches et les vêtements qui ne respectent pas ces critères sont rendus aux participants s'ils le souhaitent ou partent en don à deux associations, CYCLUP et le magasin gratuit.

Séquence de reproblématisation du projet pour plus de professionnalisme

En 2022, constatant que le public est prêt et demandeur (ne les regardant plus comme des extraterrestres comme c'était le cas au début) et que le projet prend de l'ampleur mais a un aspect toujours un peu bricolé, Florence et Sandrine souhaitent passer à la vitesse supérieure et reproblématisent le format des trocs pour aller vers quelque chose de plus professionnel, une boutique, mais tout en continuant en parallèle le développement de leurs événements autour du troc le temps de construire ce projet. L'ASBL mobilise différents alliés : le Green Lab (un incubateur d'entreprises spécialisé dans le développement durable l'aidant à construire ce projet de boutique), la Loterie Nationale (lui fournissant un subside lui donnant l'impulsion financière pour le faire), Village Finance (lui fournissant un coaching pour développer le plan financier), hub.brussels (amenant une aide pour l'aspect commercial et la localisation de la boutique) et le 18-19 (une ligne téléphonique pour obtenir différents conseils).

Le dernier troc organisé le dimanche 26 mai 2024 marque la fin des événements et la transition vers l'ouverture de la boutique en été 2024 qui garde le même principe de fonctionnement, à l'exception du ticket d'entrée qui est transformé en frais d'échange. L'objectif derrière la création de la boutique est également de pouvoir générer suffisamment d'argent pour pouvoir payer une personne dans la gestion et le développement du projet. La principale difficulté à laquelle Pandri fait face aujourd'hui est le fait que l'ASBL est la première en Belgique à tester le concept du troc sous forme de boutique et qu'elle ne dispose que d'un exemple qui a fonctionné et cela au Québec.

Un autre élément de professionnalisation (reproblématisation), qui concerne ici autant les événements que la boutique est le fait que, début 2024, se rendant compte qu'elles reçoivent de plus en plus de vêtements de mauvaise qualité d'ultra fast fashion ne fonctionnant pas en seconde main (soulignant également les problèmes sociaux et environnementaux derrière ce modèle) et qu'elles ne valorisent pas suffisamment les belles marques, Florence et Sandrine décident d'ajuster la problématisation avec des dispositifs d'intéressement et d'enrôlement en modifiant la manière d'attribuer les points ainsi que les vêtements acceptés pour les trocs. Florence et Sandrine décident de lancer la catégorie Éthuxe (pour éthique et luxe) dans laquelle les points sont doublés et n'acceptent plus les vêtements d'ultra fast fashion (Primark, Shein et Boohoo).

Par ailleurs, Pandri considère aujourd’hui les autres alternatives de la seconde main (même Vinted) comme des alliés complémentaires expliquant que plus il y aura de services et d’offres, plus le secteur pourra grandir, créant un écosystème. Florence nous a d’ailleurs partagé le fait qu’il pourrait être intéressant de créer un réseau de la mode portant des revendications politiques, parce qu’il y a des choses à changer et que tous les acteurs rencontrent les mêmes problèmes. Elle a par exemple parlé de mesures répressives à développer contre la fast fashion et de mesures incitatives aidant les activités de mode durable, cela pour stopper la surproduction et la surconsommation et, dans un monde idéal, elle supprimerait la fast fashion et l’ultra fast fashion. Nous pouvons donc identifier ici la volonté d’une mobilisation et le développement d’une vision commune.

Aujourd’hui, Florence qualifie Pandri de « projet circulaire, circuit-court et local » (Entretien avec Florence Lepoudre) permettant de ramener ses vêtements pour repartir avec d’autres, d’échanger avec le voisin plutôt qu’à des kilomètres comme c’est parfois le cas avec Vinted et de proposer une boutique se trouvant au cœur du public-cible, le quartier du Châtelain à Bruxelles.

Séquence d’expansion du projet

Florence nous a également partagé son souhait d’étendre les activités de Pandri à son échelle ainsi qu’à l’échelle de Bruxelles et peut-être même de la Belgique autour du concept d’une mode durable 360° permettant de la réparation, de l’upcycling et des cours pour émanciper les consommateurs. En effet, si Pandri tente aujourd’hui de développer son service autour du troc, l’ASBL aimerait aller vers plus de sensibilisation à l’avenir. Tous ces éléments pourraient potentiellement faire entrer un jour Pandri dans une séquence que nous pourrions nommer « Séquence d’expansion du projet », mais qui n’est pas à l’ordre du jour actuellement.

4.5. méson

Pour le collectif « méson » ayant Thaïs et Annabelle à la base de sa création, la trajectoire est constituée de trois séquences : la séquence d’apprentissage concernant la mode et la couture et de maturation du projet, la séquence de lancement et de développement de la marque belge d’upcycling et la séquence de reproblématisation de la marque pour la rendre viable.

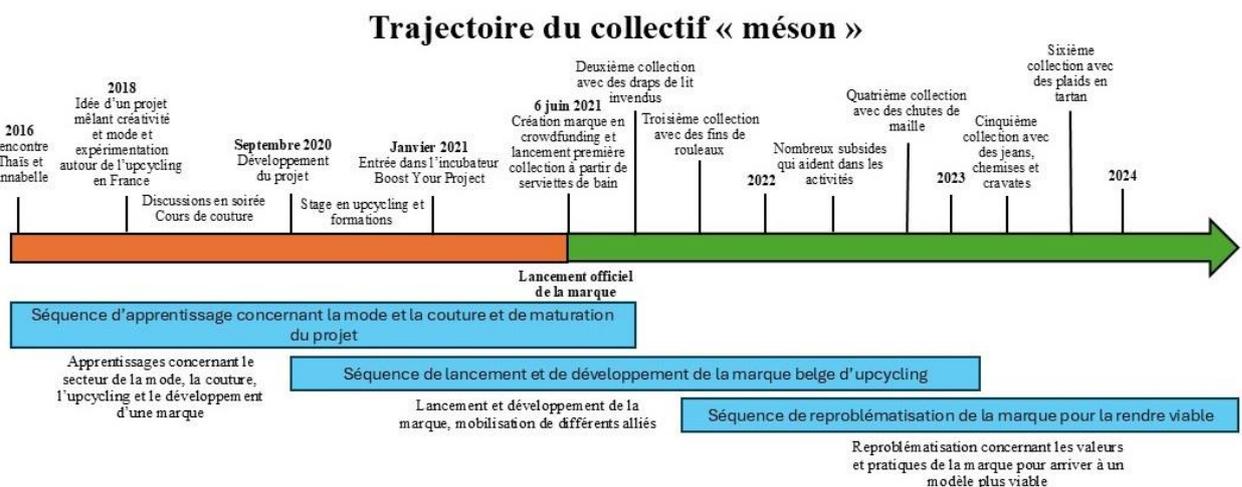


Figure 8 : trajectoire du collectif « méson »

Séquence d’apprentissage concernant la mode et la couture et de maturation du projet

En 2018, Thaïs et Annabelle (deux amies s’étant rencontrées en 2016 durant leurs études supérieures en communication) réalisent un inter-rail en France au cours duquel leur amitié se consolide. Thaïs se confie sur sa volonté de créer un projet dans lequel elle est maîtresse de la créativité

et Annabelle se confie sur son attrait pour la mode dont elle n'ose parler à personne étant donné qu'il s'agit d'un secteur superficiel et très impactant environnementalement. C'est à ce moment-là qu'elles ont l'idée de faire un tour des magasins de seconde main, qu'elles développent l'idée de créer des vêtements à partir de quelque chose qui existe et que le concept d'upcycling, terme qui n'existait pas encore vraiment dans la mode à cette époque, germe dans leur esprit. Pendant deux ans, elles discutent du projet de créer une marque pour rigoler et prennent des cours de couture, mais ne concrétisent pas de projet.

Séquence de lancement et de développement de la marque belge d'upcycling

Après la remise de leur mémoire en août 2020, Thaïs et Annabelle décident de prendre le mois de septembre pour créer des accessoires (sacs, chapeaux, etc.) à partir de serviettes de bain de couleurs et de textures différentes achetées au Jeu de Balle à Bruxelles, un marché aux puces, et celles-ci sont décidées à se lancer dans un projet de marque d'upcycling.

En octobre 2020, Annabelle et Thaïs commencent à mobiliser des alliés pour développer et améliorer leurs compétences. La première part faire un stage dans une marque d'upcycling à Paris tandis que la seconde démarre différentes formations en communication digitale et en gestion de projet pour continuer à se former. Elles s'appellent régulièrement pour développer le projet et ont l'objectif de créer un dossier à présenter à un incubateur de projets à but social et environnemental, Boost Your Project, coordonné par l'ASBL Groupe One, une structure d'accompagnement dans l'entrepreneuriat durable.

En janvier 2021, elles entrent dans l'incubateur et suivent différents cours pour apprendre à créer un business model et une stratégie de communication, à trouver des financements, à développer un plan financier, etc. A côté de cela, elles font des recherches pour trouver des fournisseurs. Les deux entrepreneuses finissent lauréates du jury et gagnent un coaching personnalisé, puis lancent la marque « méson » officiellement le 6 juin 2021 sous forme de crowdfunding en vendant la première collection basée sur des textiles de la salle de bain pour tester le modèle, le prix (étant donné que la production belge coûte assez cher), le public et cela sans devoir avoir de site Internet ou de numéro de TVA dans un premier temps.

Au départ, elles souhaitent travailler la matière éponge et, pour la première collection « La salle de bain », elles récupèrent donc chez un fournisseur de linge des serviettes de bain avec des défauts qui iraient autrement à la poubelle ou au recyclage. Mais cette matière risque de bloquer Thaïs et Annabelle dans leur créativité et elles se basent donc sur d'autres types de textiles, méson étant problématisée comme une marque belge d'upcycling reprenant les déchets textiles industriels de la maison pour en faire des vêtements et accessoires. De plus, étant donné qu'il existe peu d'exemples de marques d'upcycling, il est important pour Thaïs et Annabelle de tester toutes les formes d'upcycling et donc différents business models.

Pour les alimenter en textiles à upcycler, elles passent par des achats et des dons et, pour la mercerie, elles achètent plutôt en première main chez Textilia, car il est compliqué de faire autrement. La première année, elles produisent deux autres collections : la première à partir de draps de lit invendus provenant d'une entreprise de linge de maison en lin belge haut de gamme pour en faire des vêtements et accessoires en lien avec la chambre à coucher et la seconde en lien avec le hall d'entrée à partir de fins de rouleaux matelassés (notamment de marques de fast fashion) récupérés dans une entreprise italienne grâce à leur sourcing manager. Toutefois, ce rythme de travail est trop intense pour Thaïs et Annabelle et entraîne une production de produits défectueux. Elle décide donc de ralentir la cadence. Les deux années suivantes, elles produisent une collection la première année (« Le grenier » avec des chutes de maille) et deux la seconde année (« Le dressing » avec des jeans, chemises et cravates

récupérés de Yuman (magasin circulaire bruxellois), du Jeu de Balle et de personnes âgées et « Le salon » avec des plaids en tartan du centre de tri de l'ASBL Terre).

Dès le début, elles savent qu'elles souhaitent développer une marque et pas un format de petit créateur et elles cherchent donc différents alliés pour leur production : c'est d'abord une couturière d'Etterbeek qui les rejoint et réalise les précommandes, puis un atelier de production spécialisé en upcycling à Malines pour les plus grosses productions. Plus tard, se rendant compte des limites de ces deux alliés, elles mobilisent deux nouveaux ateliers de production qui sont des entreprises de travail adapté (travaillant avec des personnes en situation de handicap). Il est toutefois difficile de trouver des ateliers en Belgique pour faire ce qu'elles souhaitent.

Leur réseau de partenaires continue à s'étoffer progressivement, les aidant dans leurs activités : une business advisor du MAD (une institution de la mode et du design à Bruxelles) qui les conseille, le 18-19 (une ligne téléphonique qui aide les entrepreneurs), hub.brussels ainsi qu'une coach commerciale qui les conseille pour la commercialisation de leurs produits. En janvier 2022, elles s'installent dans un local du Grand Hospice qui leur permet d'avoir un tarif préférentiel. En 2022 et 2023, Thaïs et Annabelle postulent pour des subsides (Worth et S4Fashion à l'échelle européenne et BeCircular et Crea.Brussels à l'échelle de Bruxelles), subsides qu'elles obtiennent et qui permettent de soutenir leurs activités.

Dès le départ, méson développe des valeurs claires dans ses pratiques : la protection de l'environnement, une valeur sociale et locale forte (en travaillant avec des personnes proches, en connaissant les prénoms de tous les maillons de la chaîne, en les respectant et en leur fournissant un salaire juste), la transparence (avec l'utilisation d'un QR code pour tous les produits permettant de donner l'ensemble des informations : qui l'a produit, avec quelle inspiration, etc.) et l'idée d'une marque décalée (en utilisant la légèreté et l'humour et en ne souhaitant pas faire partie du système habituel de la mode qui est hautain).

Toujours concernant leurs valeurs, Thaïs et Annabelle basent donc leur modèle sur l'upcycling qui permet d'être créatif et qui est « [...] la manière la plus écoresponsable de créer des vêtements et accessoires » (Entretien avec Thaïs Ficherouille), mais nécessite beaucoup de temps de travail, car elles doivent partir du textile pour faire quelque chose et non l'inverse. Elles essaient également de revaloriser un maximum les textiles, gardant la moindre chute de tissu et le moindre fil pour pouvoir plus tard travailler avec des artisans et des designers belges pour refaire du mobilier grâce aux chutes (coussins, chaises, etc.) et ainsi boucler la boucle de la maison.

Par ailleurs, en ce qui concerne la fast fashion et l'ultra fast fashion, selon Thaïs, la fast fashion présente et cause de nombreux problèmes sur toute la chaîne dont elle veut se détacher, que ce soit la surproduction et la surconsommation, le non-respect de l'humain et la non-considération du travail derrière la création textile, les bas prix, l'importante utilisation de matières premières (eau, etc.), les diverses pollutions ou encore l'empreinte carbone. Elle estime qu'en récupérant un textile déjà créé et qui n'a plus d'utilité, méson combat tous ces problèmes et que le système de précommande que méson propose pousse davantage à la réflexion que les grandes enseignes qui permettent de passer commande en ligne pour être rapidement livré. Thaïs explique également que la marque propose des prix élevés, mais que les vêtements vont durer plus longtemps, ce qui est plus intéressant que la fast fashion et l'ultra fast fashion au niveau rapport qualité-prix. Thaïs nous explique d'ailleurs que c'est la raison pour laquelle le public qui se tourne vers méson n'est pas intéressé par l'ultra fast fashion qui ne propose pas du tout de la qualité.

Thaïs nous fait également part du fait qu'elle n'a jamais considéré les autres acteurs comme des concurrents, parlant du fait que ce sont des copines qui ont des positionnements totalement différents et elle est d'ailleurs contente de leur victoire. Nous retrouvons donc derrière ces propos le

développement d'une vision commune. Thaïs nous confie toutefois qu'Annabelle et elle n'ont pas le temps pour être actives dans du lobbying (chose qu'elles ont essayé de faire en rejoignant la coalition Kaya, mais elles n'avaient pas le temps d'y être réellement actives). Thaïs nous explique qu'elle souhaiterait tout de même que des choses soient mises en place au niveau politique, comme le fait que la taxation à 21% pour leurs activités soit revue (car pour le moment, Thaïs et Annabelle sont autant taxées qu'une entreprise qui pollue) et elle nous partage également sa volonté qu'il y ait plus de législations qui empêchent le travail forcé, les produits chimiques et conscientisent les consommateurs.

Séquence de reproblématisation de la marque pour la rendre viable

Au départ, Thaïs et Annabelle réalisent surtout des productions en précommande et des pièces uniques, mais qui ne permettent pas de rendre la marque viable, car elles demandent des heures de travail. Pour faire grandir la marque, elles se rendent donc compte qu'elles sont obligées de reproblématiser leurs activités, de produire en plus grande quantité et de se baser davantage sur des fins de rouleaux (qui permettent une plus grande flexibilité) que sur des textiles abîmés qui demandent un travail bien plus conséquent. Thaïs explique d'ailleurs qu'il est complexe d'être une marque de mode responsable et encore plus quand elle est locale et d'upcycling.

C'est ainsi que leur définition de l'upcycling évolue, passant « de reprendre un déchet [textile] et de lui donner une seconde vie » au fait d'utiliser un textile qui n'a plus d'utilité et à qui on a envie de redonner une seconde vie » (Entretien avec Thaïs Ficherouille). Thaïs nous explique d'ailleurs qu'elle considère qu'il existe une échelle de l'upcycling : « l'upcycling le plus pur [...] qui est vraiment le déchet qui va partir, être brûlé, incinéré, etc. » et « la fin de rouleau, qui est [...] vraiment la limite de l'upcycling [...], le textile créé par des très grandes marques, souvent en fast fashion, enfin ou non, [...] qui vont commander un textile, et si la saison n'a pas bien fonctionné, ce textile va leur coûter plus cher à être stocké qu'incinéré, enfoui, etc. » (Entretien avec Thaïs Ficherouille).

Toutefois, Thaïs nous confie que derrière l'utilisation des fins de rouleaux se cache un côté sombre : les grosses enseignes de mode n'ont plus de scrupule à surproduire des rouleaux parce qu'elles savent qu'il y a des petites marques d'upcycling qui vont les réutiliser et cela devient un business faisant augmenter le prix de ces matières premières. Cela confronte donc Thaïs et Annabelle à un questionnement concernant leurs valeurs et elles souhaitent trouver un équilibre entre les pièces limitées et la plus grande production avec des fins de rouleaux et s'assurer de l'origine de ces rouleaux.

De plus, étant donné qu'elles ne savent pas où méson peut être viable et qu'elles ne savent actuellement pas se payer, Thaïs et Annabelle se questionnent concernant une activité complémentaire pour gagner suffisamment ; une situation mentalement difficile.

4.6. Marque d'upcycling et organisation d'ateliers

Pour ce collectif (marque d'upcycling se concentrant désormais sur l'organisation d'ateliers) avec à sa base une femme entrepreneuse, la trajectoire est constituée de trois séquences : la séquence d'apprentissage des techniques d'upcycling et de lancement des créations upcyclées sous forme de marque, la séquence de développement adaptatif de la marque pour être plus rentable et la séquence de reproblématisation de l'upcycling et des valeurs.

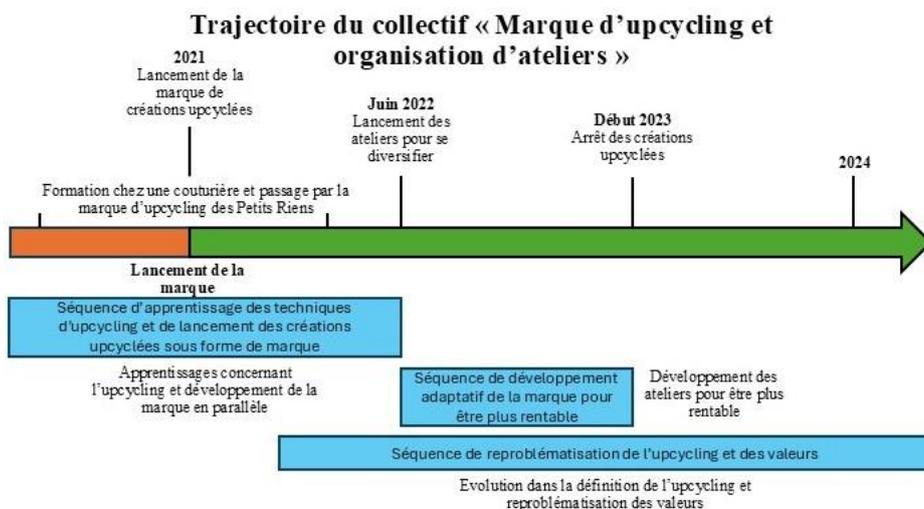


Figure 9 : trajectoire du collectif « Marque d'upcycling et organisation d'ateliers »

Séquence d'apprentissage des techniques d'upcycling et de lancement des créations upcyclées sous forme de marque

Après ses études en sciences politiques, l'actrice a besoin d'une reconnexion à elle-même et décide de se lancer dans une activité créative d'upcycling. Bien qu'elle soit au courant des problèmes engendrés par le modèle de la fast fashion suite à ses études, ses débuts dans l'upcycling ne sont pas liés à une volonté d'opposition à la fast fashion. Étant donné que l'actrice ne s'y connaît pas en upcycling, elle se forme progressivement en mobilisant deux alliés : tout d'abord une couturière de quartier qui lui apprend les bases de la customisation puis la marque d'upcycling le « Label Jaune » des Petits Riens dans laquelle elle améliore ses compétences. En parallèle de ses apprentissages, elle crée sa marque d'accessoires upcyclés sous statut d'indépendante en 2021 et démarre les marchés de créateurs. Au départ, elle problématise sa marque comme étant basée sur de l'upcycling qui repose sur de la customisation et de la transformation de vêtements en bon état pour réaliser des accessoires.

Séquence de développement adaptatif de la marque pour être plus rentable

En juin 2022, n'ayant pas une activité suffisamment rentable, l'actrice développe des ateliers, chose qu'elle finit par beaucoup apprécier, et elle augmente progressivement le nombre d'ateliers à côté de sa production de créations upcyclées. Elle décide de ne pas les organiser dans un lieu propre, mais de mobiliser différents alliés en transformant son business model en business-to-business en collaborant avec des lieux spécifiques disposant de machines à coudre, dont l'association R-Use Fabrik. Elle y organise des ateliers puis s'étend aux stages pour adolescents et adultes débutants et cela autour de l'upcycling, de la réparation et de l'initiation à la couture. Ce nouveau format d'activité est aussi, pour elle, l'occasion de commencer à sensibiliser les gens à la revalorisation textile. Au travers de ses ateliers, elle se rend compte que les gens sont peu créatifs et ont une mauvaise conception de la couture, la considérant comme quelque chose de plus facile que ce qu'elle n'est réellement. Durant cette période, elle adapte progressivement ses cours à la demande, certains ateliers plaisant plus que d'autres. Elle déplore cependant le nivellement des prix des ateliers vers le bas en raison de l'augmentation du nombre d'ateliers proposés par d'autres initiatives. Elle ne voit cependant pas celles-ci comme concurrentes, mais reconnaît qu'elles affectent tout de même ses activités.

Séquence de reproblématisation de l'upcycling et des valeurs

Durant sa trajectoire, l'actrice questionne et reproblématise progressivement ses valeurs et ses pratiques.

D'une part, la conception que l'actrice a de l'upcycling et de la revalorisation textile évolue progressivement au cours de sa trajectoire. Tout d'abord, sa définition de l'upcycling passe de la customisation et de la transformation de vêtements en bon état au fait « de récupérer des chutes de tissus de seconde main ou des chutes de découpes neuves qui ont déjà été utilisées, des vêtements abîmés » (Entretien avec la marque d'upcycling), cela pour prolonger leur vie ou pour leur donner une deuxième vie et elle y inclut la réparation. Elle souhaite désormais partir de la matière disponible pour faire un projet et non l'inverse et aimerait rendre l'upcycling accessible et inclusif pour toutes les morphologies.

Ensuite, l'actrice dit s'inscrire aujourd'hui dans une démarche de mode circulaire et de revalorisation textile. En effet, pour ses activités, elle bénéficie principalement de dons de chutes de tissus, dont 60% de petites chutes, et elle les trie selon le type d'atelier et a une gestion spécifique du tissu pour l'économiser. Elle nous confie également qu'elle essaie d'être zéro chute, mais dit que ce n'est pas possible et qu'il faudrait une filière pour ces petites chutes : utiliser par exemple des déchiqueteuses. Elle essaie de donner une seconde vie aux textiles en trouvant des filières via ses activités ou celles d'autres personnes et elle essaie d'aller jusqu'au bout de la revalorisation, bien que cela ne soit pas simple.

Enfin, elle porte aujourd'hui un regard plus critique sur l'upcycling. En effet, elle ne considère pas les rouleaux deadstock (fins de rouleaux ou surplus) comme de l'upcycling, mais nous dit que c'est mieux que le neuf et comprend que ce soit plus facile pour la création. Cependant, l'actrice souligne le fait qu'il ne faudrait pas que le secteur de la mode se dise : « On continue à produire trop de textiles neufs parce que de toute façon il y a une filière qui va les utiliser » (Entretien avec la marque d'upcycling) et qu'elle s'inquiète de l'augmentation du prix de ces matières premières. Elle voit désormais l'upcycling comme un modèle de transition et espère qu'il tendra à mourir et que ce sera plutôt l'écoconception qui se développera.

D'autre part, dans cette séquence, elle se rend également compte qu'elle continue à avoir du mal à tenir financièrement, mais qu'elle ne souhaite pas rentrer dans une logique capitaliste et produire pour produire, car son objectif est plutôt de faire passer aux gens un bon moment et de remettre du savoir-faire en Belgique comme c'était le cas avant. Début 2023, elle décide donc d'arrêter ses créations upcyclées pour se concentrer sur l'organisation d'ateliers qu'elle considère comme un loisir rémunérateur et trouve un job alimentaire lui permettant de gagner sa vie. Elle souligne d'ailleurs que « le problème de tout le monde c'est les finances » et que « la slow fashion, c'est pas rentable » (Entretien avec la marque d'upcycling).

Par ailleurs, l'actrice nous partage que les problèmes de la fast fashion concernent aujourd'hui tant les matières premières naturelles et non-naturelles que les questions de pollutions, notamment de l'eau, du transport des vêtements en avion, des salaires de misère et des énormes horaires ainsi que de l'habitude du « Tout tout de suite ». Elle dit toutefois que « l'avenir de la mode ne se fera pas sans les acteurs traditionnels de la mode » (Entretien avec la marque d'upcycling) et, selon elle, il faut faire la distinction entre fast fashion et ultra fast fashion. Pour la fast fashion, elle n'est pas dans une démarche de jugement par rapport aux gens qui en consomment bien qu'elle souhaite sensibiliser aux alternatives, mais dit qu'il n'y en a pas toujours pour certains vêtements. En ce qui concerne l'ultra fast fashion, elle dit que ce sont les pires avec des collections qui se renouvellent beaucoup trop souvent et des conditions sociales et environnementales déplorables. Pour elle, Zara et H&M se rapprochent de l'ultra fast fashion et elle dit qu'il faudrait interdire « des sites comme Shein et Temu parce que c'est vraiment une honte pas possible » (Entretien avec la marque d'upcycling) en mettant des prix prohibitifs et des amendes.

Par rapport à cela, elle dit d'ailleurs qu'elle considère les autres alternatives de la slow fashion comme des alliées complémentaires, car plus il y en aura, plus ce modèle se développera et elle dit que si d'autres font mieux qu'elle, c'est tant mieux. Nous pouvons donc identifier ici une mobilisation et le développement d'une vision commune. Et cette vision commune doit, selon elle, être menée par le politique, mais aussi par la triangulation entre politiques, citoyens et acteurs de la mode. L'actrice se pose toutefois un questionnement macro concernant l'avenir des ouvrières de la fast fashion si ce modèle venait à disparaître.

4.7. R-Use Fabrik

Pour le collectif « R-Use Fabrik » avec à sa base Sophie Remy et Mathilde Lemaire, la trajectoire est constituée de quatre séquences : la séquence d'apprentissage concernant l'industrie textile et de développement de l'idée, la séquence de lancement et de développement de l'association autour de la couture et de l'upcycling, la séquence de reproblématisation de l'association vers la réparation et la séquence d'expansion du réseau sous forme de franchise.

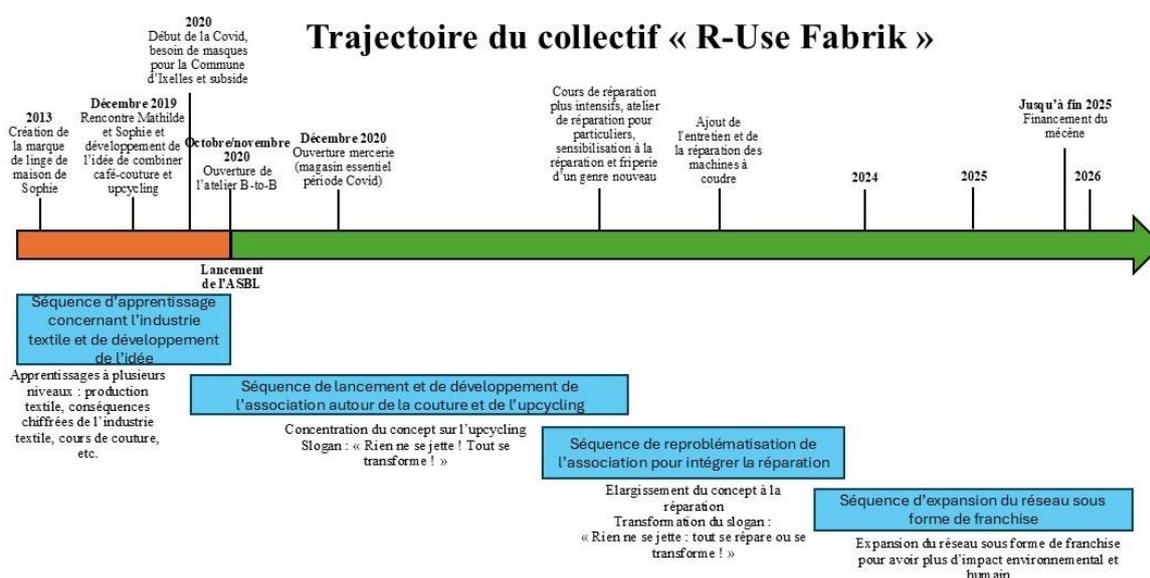


Figure 10 : trajectoire du collectif « R-Use Fabrik »

Séquence d'apprentissage concernant l'industrie textile et de développement de l'idée

Entre 2013 et 2020, Sophie réalise différents apprentissages : démarrant par le développement de sa marque de linge de maison pour enfants et par le constat d'une grande quantité de chutes de tissus causées par son activité, passant par une prise de conscience des diverses pollutions causées par nos modes de vie dont celles de l'industrie textile et finissant par des cours de couture lui donnant l'idée de créer un café-couture basé sur un partage d'espace et de matériel pour avoir de l'espace pour coudre. En décembre 2019, Sophie rencontre Mathilde, consultante en upcycling ayant de l'expérience dans l'industrie textile et présentant à Sophie, chiffres à l'appui, les conséquences de celle-ci. Suite à cette rencontre, elles développent ensemble l'idée d'un concept combinant un café-couture (partage de machines à coudre, cours et petite mercerie de seconde main) et une activité d'upcycling faisant tourner les cours proposés autour de la récupération. À ce moment-là, l'idée émerge d'ouvrir une association proposant ces activités, mais l'activité n'est pas encore lancée.

Séquence de lancement et de développement de l'association autour de la couture et de l'upcycling

Le lancement de l'association autour de la couture et de l'upcycling est facilité par l'arrivée de la crise de la Covid-19 en 2020 et par la mobilisation d'un premier allié : la Commune d'Ixelles ayant besoin de masques pour ses citoyens et versant un subside permettant de lancer les activités. En effet,

Sophie réalise des masques avec des bénévoles, est contactée par cette commune et accepte d'en confectionner pour celle-ci sous condition que les bénévoles soient rémunérés. La Commune d'Ixelles accepte de subsidier cette confection, mais sous condition de verser le subside à une structure légale. Sophie contacte alors Mathilde et lui propose de lancer l'association, l'ASBL R-Use Fabrik voyant le jour 15 jours plus tard et achetant ses premières machines grâce au subside.

En octobre/novembre 2020, l'association ouvre son atelier de confection business-to-business spécialisé en upcycling et réalisant des produits pour les entreprises à partir de tissus récupérés et, cela, avec l'aide de Noël, un couturier en insertion socio-professionnel.

En décembre 2020, la mercerie écoresponsable ouvre à son tour proposant des tissus et du matériel de mercerie de seconde main. Cette mercerie prend de plus en plus d'ampleur, recevant une importante quantité de dons et intéressant de nombreux clients diversifiés (des gens qui cousent, des étudiants, etc.), cela permettant de constituer une importante part du chiffre d'affaires de l'ASBL. Les cours (tournant à ce moment-là autour de la couture et de l'upcycling) sont, quant à eux, retardés par la Covid-19, mais démarreront plus tard.

Pour sensibiliser les citoyens, l'ASBL développe également son activité sur les réseaux sociaux ainsi qu'au travers de tutos, d'ateliers de sensibilisation et d'événements financés grâce à des subsides et permettant de toucher d'autres types de publics comme des personnes plus précarisées.

Dès le début de ses activités, l'ASBL définit clairement ses valeurs, souhaitant s'éloigner en tous points du modèle de la fast fashion qu'elle considère comme basé sur la surconsommation et la surproduction, car, selon Sophie, ce modèle « incite les gens à se débarrasser de leurs vêtements pour en racheter des neufs » (Entretien avec Sophie Remy et Mathilde Lemaire), ainsi que sur la production de vêtements de mauvaise qualité qui pousse dans le cercle vicieux de l'obsolescence programmée. Pour cela, l'association souhaite lutter contre la surproduction et la surconsommation et s'inscrit dans un modèle souhaitant préserver la planète, refaire du local et de la qualité, valoriser la créativité, pérenniser ses activités sans faire de gros profits et privilégier l'économie sociale et circulaire, cela en souhaitant, d'une part, intégrer des gens plus fragiles (bénévoles, personnes en insertion socio-professionnelle, etc.) et, d'autre part, revaloriser les déchets textiles principalement via l'upcycling, cela étant véhiculé par son slogan : « Rien se jette ! Tout se transforme ! ». C'est d'ailleurs pour cela que l'association ne souhaite pas récupérer de vêtements en bon état, mais uniquement des vêtements qui finiraient à la poubelle si elle ne les récupérait pas.

Cette séquence est aussi l'occasion pour l'ASBL d'inscrire dans son réseau d'autres alliés : elle accueille de plus en plus de bénévoles et de personnes en insertion socio-professionnelle, devient membre de la fédération Res-sources, assurant une fonction de lobby et lui donnant accès à des subsides, du Réseau Entreprendre Bruxelles, par lequel elle bénéficie de coachings, et de Circlemade, un réseau d'entreprises circulaires faisant le lien entre le politique et les entreprises, et démarre des collectes de jeans 100% coton avec Yuman, un magasin circulaire bruxellois, cela pour alimenter ses activités. Elle décide également d'aider des associations au travers d'ateliers solidaires : Re-source pour les personnes atteintes d'un cancer du sein et Bruzelle centrée sur la précarité menstruelle.

Séquence de reproblématisation de l'association pour intégrer la réparation

La troisième séquence démarre lorsque Sophie et Mathilde se questionnent concernant leur concept centré sur l'upcycling et changent leur vision. Se rendant compte qu'elles reçoivent de plus en plus de vêtements peu abîmés et facilement réparables, elles reproblématisent leurs pratiques et estiment que la réparation devient la meilleure solution avant l'upcycling pour remettre en circulation ces vêtements. En effet, contrairement à l'upcycling qui consiste selon Sophie à « [récupérer] des trucs

qu'on [considère] ne pas devoir aller à la poubelle, qui ne [mérite] pas d'aller à la poubelle et donc qu'on [transforme] pour leur donner une nouvelle vie » (Entretien avec Sophie Remy et Mathilde Lemaire), mais qui crée quand même un peu de déchets, la réparation permet de ne pas générer de déchets et de donner la possibilité à R-Use Fabrik d'aller encore plus loin dans la revalorisation textile en s'éloignant encore un peu plus de la poubelle. La reproblématisation de leur concept pour intégrer la réparation est d'ailleurs concrétisée au travers du nouveau slogan de l'ASBL : « Rien ne se jette ! Tout se répare ou se transforme ! ».

Sophie et Mathilde développent alors différentes activités autour de la réparation : des cours de réparation plus intensifs, un atelier de réparation pour les particuliers au sein duquel elles tentent d'aller toujours plus loin dans les réparations qu'elles proposent, de la sensibilisation à la réparation et un magasin de vêtements abîmés à terminer, à réparer ou à upcycler pour pousser les consommateurs à le faire eux-mêmes. Sur demande de différentes personnes, elles décident également de développer un service d'entretien et de réparation des machines à coudre.

Ces activités autour de la réparation permettent alors de rendre le public de l'ASBL encore plus hétéroclite, attirant désormais des personnes pas forcément adeptes de la couture, mais souhaitant faire réparer ou apprendre à réparer leurs vêtements.

Séquence d'expansion du réseau sous forme de franchise

Finalement, R-Use Fabrik souhaite désormais étendre son réseau sous forme de franchise pour avoir plus d'impact environnemental et humain en dupliquant ce concept que Sophie qualifie de « rodé et complet » (Entretien avec Sophie Remy et Mathilde Lemaire). Sophie nous explique d'ailleurs qu'elle constate qu'il y a de plus en plus de demande concernant leur offre, même si l'évolution reste lente et petite en comparaison à l'économie linéaire. Lorsqu'elle aborde l'expansion du réseau, Sophie souligne deux éléments très pertinents. D'une part, elle explique qu'en réalité, l'association ne devrait pas exister, car « il ne devrait pas y avoir autant de déchets textiles à réutiliser » (Entretien avec Sophie Remy et Mathilde Lemaire). D'autre part, elle soulève un questionnement macro très intéressant, s'interrogeant sur le sort des travailleurs au Bangladesh si le modèle venait à changer et à se baser uniquement sur de la production et de la consommation locales.

L'ASBL qui avait des difficultés pour être à l'équilibre financier en raison de l'agrandissement de l'équipe a aujourd'hui trouvé un nouvel allié, un mécène lui permettant d'être rentable et de financer ses activités jusqu'à fin 2025.

Par ailleurs, si l'association n'a actuellement pas de fonction de lobby, elle souhaiterait que des choses soient mises en place (revendications politiques) pour punir la fast fashion comme attaquer le marketing agressif qui incite à la surconsommation et pour favoriser les activités qu'elle propose comme une baisse de la TVA à 6 voire 0% pour les activités circulaires ou une aide à la réparation comme c'est le cas en France.

5. Discussion et interprétation (analyse transversale)

5.1. La fast fashion, le régime sociotechnique dominant

Pour démarrer cette partie « Discussion et interprétation », il est tout d'abord important de refaire le point concernant le régime sociotechnique dominant de l'industrie du textile et de l'habillement, la fast fashion, et le contexte dans lequel il a émergé sur base des informations recueillies grâce aux parties « Cadres théoriques » et « Etat des lieux et état de l'art » et cela à partir du schéma de l'analyse multi-niveaux ci-dessous.

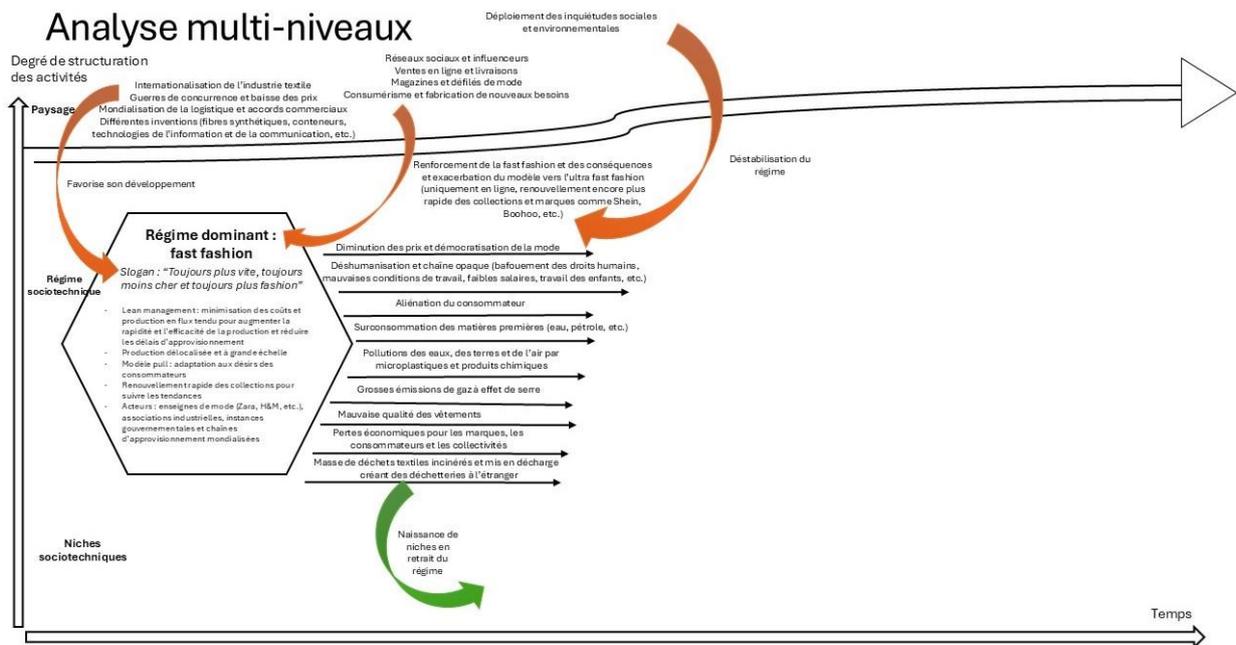


Figure 11 : analyse multi-niveaux fast fashion, paysage et niches

Sources : schéma inspiré de Muylaert (2023) dans la forme et le contenu, lui-même adapté de De Schutter (2017) et Geels (2011), et complété avec différentes sources (Bhardwaj & Fairhurst, 2010; Bouhaf, 2022; Brewer, 2019; Cachon & Swinney, 2011; Lehoux & Ruiz, 2020; Thirifay, 2021; Veillard, 2018)

Si le modèle de la fast fashion s'est développé, c'est parce qu'il a baigné dans un paysage sociotechnique influencé dès les années 1960 par « l'internationalisation de l'industrie textile, les guerres de concurrence et la baisse des prix qui en a résulté [ainsi que] la mondialisation du commerce et de la logistique » (Muylaert, 2023, p.66) et la multiplication des accords commerciaux ainsi que différentes inventions favorisant son émergence (fibres synthétiques, conteneurs, technologies de l'information et de la communication, etc.), mais également la société de consommation qui rend la mode vestimentaire progressivement accessible à un public de plus en plus large. Ce modèle, reposant sur le slogan « Toujours plus vite, toujours moins cher et toujours plus fashion », est basé sur une production délocalisée et à grande échelle fondée sur un modèle pull (basé sur les désirs des consommateurs) et le lean management (faibles coûts et rapidité et efficacité de la production) permettant de multiplier les collections pour suivre les tendances (Brewer, 2019; Cachon & Swinney, 2011; Veillard, 2018).

Si son développement a permis la diminution des prix des vêtements et la démocratisation de la mode, il a entraîné de nombreuses conséquences sociales, environnementales et économiques comme nous l'avons décrit ci-avant dans ce travail. La naissance des réseaux sociaux et des influenceurs, le développement des ventes en ligne et livraisons et la multiplication des magazines et des défilés, au sein d'une société consumériste et de fabrication de nouveaux besoins, a entraîné un renforcement de ce modèle ainsi que son exacerbation vers un modèle d'ultra fast fashion. Ce modèle a aggravé les conséquences de l'industrie du textile et de l'habillement, notamment en entraînant des quantités de déchets textiles encore plus importantes.

Chacune des alternatives à la fin de vie des textiles qui va faire l'objet d'une discussion et d'une interprétation ci-après a un parcours propre tout en présentant des mécanismes communs avec les autres qui feront l'objet d'une discussion. Elles s'inscrivent dans un contexte général de changement sociétal influencé par le déploiement de plus en plus important des inquiétudes sociales et environnementales menant à la volonté de diminuer les conséquences de nombreux secteurs, dont celui de la fast fashion confronté à une déstabilisation et à la naissance de ce type d'alternatives, appelées les niches sociotechniques, souhaitant y apporter une réponse. Les niches qui nous intéressent plus particulièrement dans le cadre de ce mémoire se concentrent, pour rappel, sur une alternative à la fin de vie des textiles et cela en se détachant du régime dominant.

5.2. L'émergence de niches sociotechniques en retrait partiel du régime

Au départ du schéma présenté préalablement et complété avec les informations concernant les niches sociotechniques, nous proposons ici une modélisation de trajectoire commune pour ces niches. Pour les inscrire dans le langage de la théorie de l'acteur-réseau, nous continuerons à utiliser le terme de collectif sociotechnique : vu comme un réseau intégrant de manière symétrique les humains et les non-humains ainsi que les associations et les dissociations.

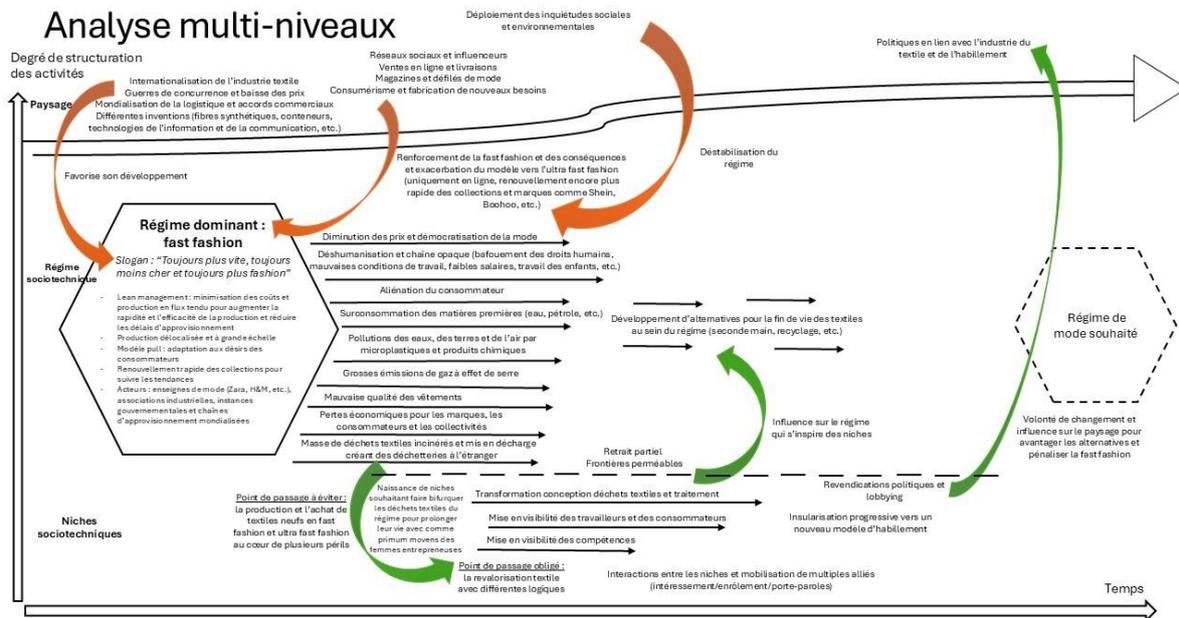


Figure 12 : analyse multi-niveaux fast fashion, paysage et niches pour la fin de vie des textiles

Sources : schéma inspiré de Muylaert (2023) dans la forme et le contenu, lui-même adapté de De Schutter (2017) et Geels (2011), et complété avec différentes sources (Bhardwaj & Fairhurst, 2010; Bouhafs, 2022; Brewer, 2019; Cachon & Swinney, 2011; Lehoux & Ruiz, 2020; Thirifay, 2021; Veillard, 2018) ainsi qu'avec les données collectées

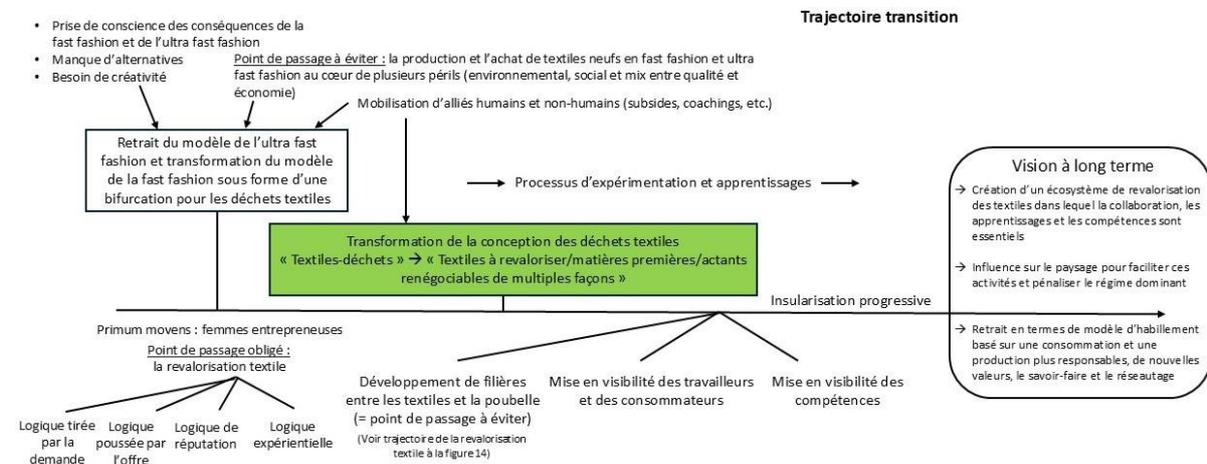


Figure 13 : trajectoire de transition des niches

Source : schéma inspiré dans la forme et appliqué au secteur de la mode de Stassart (2023b)

5.2.1. Des femmes entrepreneuses à la base des collectifs

5.2.1.1. La problématisation

a) *Le primum movens*

L'ensemble des collectifs présentés dans la partie « Présentation des résultats » ont comme *primum movens*, terme employé par Callon (1986) pour parler de l'entité à la base de leur création, une ou deux femmes (plutôt jeunes pour la plupart) se lançant dans l'entrepreneuriat. Si ces femmes décident de se lancer à un moment donné de leur vie dans une alternative au modèle dominant (fast fashion/ultra fast fashion) basé sur la culture du jetable, c'est parce qu'elles passent par une séquence de découverte et/ou d'apprentissage qui les confronte à des questionnements concernant leur manière de consommer ou la façon de produire la mode ; ce qui les conduit à l'envie de développer un projet, faisant naître par la suite deux points de passage qui seront explicités plus bas :

- Un point de passage à éviter : l'achat et la production de textiles neufs en fast fashion et en ultra fast fashion ;
- Et un point de passage obligé : la revalorisation textile.

Toutefois, les raisons du lancement des projets varient d'une femme à l'autre et cela en raison de l'hétérogénéité de leurs expériences, connaissances et apprentissages individuels qui se font au travers du visionnage d'un documentaire, de discussions avec des personnes sensibilisées aux conséquences de la fast fashion et de l'ultra fast fashion, d'une expérience dans une enseigne de fast fashion, d'un intérêt pour la seconde main, etc.

Pour certaines, le point d'entrée est la découverte des conséquences de la fast fashion et la volonté de proposer un autre modèle. C'est par exemple le cas de Florence (à la base du collectif « Pandri ») qui nous explique avoir découvert les conséquences sociales et environnementales de la fast fashion au travers de son intérêt pour la seconde main ainsi qu'au travers d'un documentaire présentant le devenir des vêtements lorsqu'ils partent à l'étranger sous forme de dons. Ces découvertes l'amènent à souhaiter apporter une réponse plus locale au traitement des déchets textiles. C'est aussi le cas d'Ophélie (à la base du collectif « Oh Fil Deleau »), qui, suite à ses apprentissages dans une école de mode et à son travail au sein d'une boîte de fast fashion, souhaite proposer un modèle différent. Quant à Elisa (à la base du collectif « La Fripothèque »), son expérience dans un premier collectif de seconde main ainsi que la prise de conscience des conséquences de la fast fashion la poussent à vouloir développer un nouveau projet.

Pour d'autres, il s'agit de l'insuffisance des alternatives existantes et de la volonté d'apporter soi-même une solution. C'est le cas de Philipinne (à la base du collectif « Demain Sélection ») qui, avec son premier enfant, prend conscience de la quantité de vêtements nécessaires pour l'habiller et souhaite acheter ses vêtements en seconde main. Ne trouvant toutefois pas d'alternative lui convenant (ni économique, ni pratique, ni locale, ni écologique), elle décide donc de créer sa propre alternative.

Pour d'autres, la volonté n'est pas de développer une alternative en opposition au modèle de la fast fashion, mais de prendre du temps pour se retrouver grâce à une activité créative, comme c'est le cas de l'actrice de la marque d'upcycling après ses études.

Pour d'autres encore, c'est un mélange des différents éléments cités précédemment qui les pousse à développer leur propre projet. Par exemple, Thaïs et Annabelle (à la base du collectif « méson ») et Sophie et Mathilde (à la base du collectif « R-Use Fabrik ») souhaitent mêler créativité et modèle de mode plus responsable socialement et environnementalement.

Il est aussi très intéressant de relever le fait que peu d'actrices (seules Ophélie et Elisa) provenaient du milieu de la mode avant de lancer leur alternative, les autres étant initialement des consommatrices.

b) La mise en lumière des périls attachés au modèle dominant problématisant l'achat et la production de textiles neufs comme point de passage à éviter (déstabilisation du régime)

Après les différents points d'entrée cités préalablement, les différentes actrices problématisent l'achat et la production de textiles neufs en fast fashion et en ultra fast fashion comme un point de passage à éviter dans leur projet en les rendant moins attirants par la mise en exergue de plusieurs périls (en parallèle à l'article de Goulet et Vinck de 2012 sur les techniques sans labour présenté plus haut) : un péril environnemental, un péril social et un péril mêlant qualité et économie. En plaçant l'achat et la production de textiles neufs à l'intersection de ces différents périls, les actrices défendent que leur retrait, en revalorisant plutôt des textiles déjà produits, permet de contourner ces périls voire de les combattre (Goulet & Vinck, 2012). Nous retrouvons donc ici le mécanisme de l'association centrifuge (Goulet & Vinck, 2012) qui consiste à associer à l'entité de laquelle nous souhaitons nous détacher des entités indésirables pour la société. Il est intéressant de souligner le fait que l'ensemble des actrices font une distinction entre la fast fashion et l'ultra fast fashion, associant à la deuxième des périls encore plus désastreux qu'à la première et souhaitant à tout prix s'en détacher étant donné l'ampleur des dégâts qu'elle cause.

b.1) Le péril environnemental

Les différentes actrices associent la production de textiles neufs en fast fashion et en ultra fast fashion à un déclin écologique, soulevant les différentes conséquences environnementales causées par ce modèle basé sur la surproduction et la surconsommation de vêtements. Tout d'abord, Elisa de La Fripothèque et l'actrice de la marque d'upcycling abordent la délocalisation de la production qui entraîne de nombreux kilomètres parcourus par les vêtements via des modes de transport fortement carbonés comme le bateau et l'avion. Ensuite, celles-ci ainsi que Thaïs de méson parlent de la surexploitation des matières premières (eau, pétrole, coton, etc.) et de l'utilisation de matériaux très polluants et toxiques pour l'environnement et pour l'humain. Par ailleurs, elles citent différentes pollutions causées par ce modèle comme celle de l'eau. Elles abordent finalement la grosse quantité de déchets textiles qui sont brûlés ou créent d'énormes déchetteries à l'étranger. Les actrices expliquent enfin qu'en partant de textiles qui sont déjà produits, elles permettent d'éviter toutes ces conséquences.

b.2) Le péril social

Ensuite, les différentes actrices associent la production de textiles neufs en fast fashion et en ultra fast fashion à un déclin social. Tout d'abord, Ophélie d'Oh Fil Deleau et Thaïs de méson parlent d'une chaîne de production opaque dans laquelle ni les travailleurs, ni les clients ne sont respectés ou pris en considération. L'actrice de la marque d'upcycling ajoute que les ouvrières (car, selon elle, ce sont majoritairement des ouvrières qui travaillent dans cette industrie) travaillent dans des conditions déplorables avec d'énormes horaires et des salaires de misère. Florence de Pandri insiste également sur le fait que ce modèle crée du désir et du plaisir, avec, selon l'actrice de la marque d'upcycling, l'habitude du « Tout tout de suite », et que les consommateurs ne sont plus réellement acteurs de leurs décisions. Les actrices expliquent ensuite qu'en partant de textiles qui sont déjà produits, elles permettent d'éviter toutes ces conséquences. Toutefois, plusieurs actrices (Ophélie d'Oh Fil Deleau, l'actrice de la marque d'upcycling et Sophie de R-Use Fabrik) soulèvent une inquiétude concernant le sort des travailleurs du secteur si le modèle de la fast fashion venait à disparaître.

b.3) Le péril mêlant qualité et économie

Enfin, le dernier péril auquel les actrices associent spécifiquement l'achat de textiles neufs en fast fashion et en ultra fast fashion est un péril mêlant qualité et économie. En effet, beaucoup d'actrices soulèvent le fait qu'au vu de la mauvaise qualité des vêtements, acheter en fast fashion et en ultra fast fashion peut entraîner des pertes d'argent. Ophélie d'Oh Fil Deleau parle par exemple du prix à l'utilisation, expliquant que comme la qualité d'un vêtement de fast fashion et d'ultra fast fashion est moins bonne, le vêtement est plus vite abîmé et sera porté moins de fois qu'un vêtement de meilleure qualité proposé par une alternative. Elisa de la Fripothèque explique qu'après à peine quelques lavages, ces vêtements ne sont plus portables. Selon Sophie de R-Use Fabrik, les vêtements de mauvaise qualité produits par ces modèles entraînent les consommateurs dans le cercle vicieux de l'obsolescence programmée. Selon Thaïs de méson, bien que les vêtements que son collectif propose soient plus chers, ils vont durer plus longtemps, ce qui est plus intéressant que la fast fashion et l'ultra fast fashion au niveau rapport qualité-prix.

b.4) Comparaison avec les conséquences présentées dans l'état de l'art

Il est intéressant de soulever le fait que les périls mis en avant par les actrices recoupent assez bien ceux présentés dans la partie « Etat des lieux et état de l'art », mettant en évidence les aspects environnementaux, sociaux et économiques problématiques de la fast fashion et de l'ultra fast fashion. La pondération de ces périls est d'ailleurs plutôt similaire entre l'état de l'art et les actrices, tous deux mettant particulièrement en lumière les périls environnemental et social causés par ces modèles en dénonçant ses conséquences sur l'environnement et l'humain. Il convient toutefois de relever le fait que, dans les propos des actrices, le péril économique ressort particulièrement, ce qui était moins le cas dans l'état de l'art. De plus, alors que ce péril économique est associé par les actrices au manque de qualité des vêtements qui fait perdre de l'argent aux consommateurs eux-mêmes, dans l'état de l'art, il est plutôt associé à la surproduction ainsi qu'à la sous-utilisation et au manque de recyclage des vêtements qui entraînent des pertes pour les marques, les consommateurs et les collectivités.

c) La revalorisation textile comme point de passage obligé

Si les actrices problématifient l'achat et la production de textiles neufs en fast fashion et en ultra fast fashion comme un point de passage à éviter, la revalorisation textile devient, quant à elle, un point de passage obligé, terme utilisé par Callon (1986) pour parler d'une problématisation qu'il souhaite rendre incontournable. Pour cinq des sept actrices (Philippe de Demain Sélection, Elisa de La Fripothèque, Florence de Pandri, Thaïs de méson et Sophie de R-Use Fabrik), c'est dès leur problématisation originelle que cet élément apparaît. Quant à Ophélie d'Oh Fil Deleau et l'actrice de la marque d'upcycling, c'est par l'intermédiaire d'une séquence de développement adaptatif suivie d'une séquence de reproblématisation dans leur trajectoire que cela naît, pour la première suite à une expérience dans une boîte de fast fashion par l'intermédiaire de laquelle elle découvre l'ampleur des dégâts de ce modèle ainsi que suite à la découverte des merceries de seconde main et pour la seconde suite à des apprentissages concernant l'upcycling et la volonté de ne plus partir de textiles neufs.

Si la question de la revalorisation textile apparaît chez toutes les actrices, la problématisation exacte dépend d'une femme à l'autre en fonction de sa situation préalable et de son point d'entrée. La problématisation est vue comme le fait de « formuler des problèmes » (Callon, 1986, cité dans Feyereisen, 2013, p.42) pour « [faire] passer [les acteurs] d'une position singulière, où chacun a ses raisons de faire ce qu'il fait en vertu de ses intérêts, vers une acceptation de coopération » (Amblard, 1996, cité dans Feyereisen, 2013, p.42). Bien que chacune des actrices ait une problématisation autour de la revalorisation textile qui lui est propre, il est tout de même possible de catégoriser ces

problématisations selon différentes logiques : issue de la demande (logique pull), poussée par l'offre (logique push), logique de réputation et logique expérientielle.

Tout d'abord, nous retrouvons une actrice pour laquelle la revalorisation textile est basée sur un public bien particulier et est donc plutôt ancrée dans une logique tirée par la demande. C'est le cas de Philippine, jeune maman à la base de Demain Sélection, dont la problématisation est de convaincre les parents que la seconde main est une évidence écologique et économique pour les enfants en proposant des vêtements de seconde main en parfait état et de différentes marques tendances, cela à un prix abordable, en toute transparence et avec un service après-vente irréprochable.

Ensuite, nous notons que deux actrices fondent leur revalorisation textile sur une logique poussée par l'offre. En effet, plutôt que de viser un public bien particulier, ce sont des offres bien particulières et nouvelles que ces actrices proposent ici en partant à la recherche d'un public pouvant être intéressé par celles-ci. C'est d'une part le cas de Florence, à la base du collectif « Pandri », qui souhaite proposer une solution locale pour réutiliser les vêtements au travers du troc qu'elle définit comme une forme particulière de la filière de la seconde main, « une offre de seconde main qui [est] facile, rapide et qui [valorise] aussi surtout les produits qu'on [a] déjà dans sa garde-robe » (Entretien avec Florence Lepoudre). C'est d'autre part le cas de Sophie et Mathilde du collectif « R-Use Fabrik » qui souhaitent développer un concept combinant un café-couture (partage de machines à coudre, cours et petite mercerie de seconde main) et une activité d'upcycling faisant tourner les cours proposés autour de la récupération. C'est donc ici le matériau existant en trop grande quantité non utilisée qui pousse à la recherche d'une cible capable de le revaloriser.

Par ailleurs, nous retrouvons trois actrices pour lesquelles cette revalorisation est basée sur une logique de réputation dans le sens où celles-ci fondent leur collectif sur des valeurs claires souhaitant lui donner une image particulière. Tout d'abord, pour Thaïs à la base du collectif « méson », la problématisation est de créer avec son amie Annabelle une marque belge d'upcycling reprenant les déchets textiles industriels de la maison pour en faire des vêtements et accessoires en fondant leur modèle sur des valeurs environnementales, sociales et locales fortes. Ensuite, Ophélie à la base du collectif « Oh Fil Deleau », souhaitant dans un premier temps fonder sa marque sur l'humain et la grande taille, reproblématise sa marque pour aller plus loin en la basant non seulement sur l'humain, mais aussi sur le local et la revalorisation textile. Enfin, Elisa, à la base du collectif « La Fripothèque », souhaite créer un projet permettant de revaloriser les textiles, mais en basant essentiellement son offre sur les vêtements vintages qu'elle qualifie de belles pièces de meilleure qualité que les vêtements de fast fashion, tout en aidant les étudiants en situation de précarité.

Finalement, nous relevons que l'actrice de la marque d'upcycling se base plutôt sur une logique expérientielle, souhaitant développer une activité lui permettant d'explorer et d'expérimenter sa créativité au travers de l'upcycling, upcycling qu'elle finit par reproblématiser en le basant sur de la récupération de chutes de tissus et de vêtements abîmés et plus de textiles neufs et en bon état.

5.2.1.2. La mobilisation d'alliés (intéressement/enrôlement/porte-paroles)

Si ces femmes entrepreneuses ont pu développer leur collectif, c'est parce qu'elles ont mobilisé différents alliés qu'elles ont réussi à intéresser et à enrôler, certains devenant même des porte-paroles, (ces différents termes étant utilisés par Callon (1986) dans la théorie de l'acteur-réseau pour parler des entités qui intègrent le réseau, acceptent l'identité attribuée par le *primum movens* et sont capables, pour certaines, de parler au nom des autres), cela permettant de faire vivre les collectifs, de les étendre, de les reconfigurer et de les consolider. Dans cette partie, nous nous attardons sur l'importance des impulsions financières et entrepreneuriales ainsi que sur les questions de la mise à disposition d'un local et des contacts entre actrices.

a) Les indispensables impulsions financières et entrepreneuriales

Pour la constitution de ces collectifs, les impulsions financières et entrepreneuriales ont été et sont encore aujourd'hui essentielles. En effet, beaucoup d'actrices nous ont fait part du fait que le lancement et la pérennisation de leur projet avaient été rendus possibles grâce à des financements extérieurs (subsidés de la Région de Bruxelles-Capitale, d'une commune, de la Loterie Nationale, mécénat, etc.) ainsi qu'à leur entrée dans un incubateur de projets (le StartLab.Brussels, le Green Lab, Boost Your Project, etc.) et à un suivi d'autres organismes spécialisés dans l'entrepreneuriat (le Réseau Entreprendre Bruxelles, hub.brussels, la ligne téléphonique 18-19, etc.).

Le manque d'aides financières et entrepreneuriales est d'ailleurs un élément qui pénalise certaines actrices. Par exemple, Elisa de La Fripothèque, Philipinne de Demain Sélection et l'actrice de la marque d'upcycling nous ont confié ne pas avoir reçu de subsidés, cela ne permettant donc pas aux collectifs d'être rentables. Les deux premières tentent aujourd'hui de remplir des dossiers pour en recevoir tandis que la dernière nous a expliqué ne pas en rechercher, car il faut remplir des conditions spécifiques qu'elle ne remplit pas, et elle considère d'ailleurs aujourd'hui son activité davantage comme un loisir rémunérateur que comme une réelle source de revenus, ayant un autre travail alimentaire à côté. Ce n'est d'ailleurs pas la seule ayant un travail alimentaire pour subvenir à ses besoins et certaines y réfléchissent actuellement, comme c'est le cas de Thaïs de méson qui, malgré le développement de la marque, se rend compte que celle-ci n'est actuellement pas rentable.

Il est important de rajouter ici le fait que plusieurs actrices nous ont d'ailleurs confié que la mode durable, ce n'était pas rentable. Et c'est notamment pour cela qu'Ophélie d'Oh fil Deleau se retrouve à être consultante dans une boîte de fast fashion à côté de sa marque ainsi qu'à travailler pour des clients qui souhaitent qu'elle travaille avec des textiles neufs alors que ce n'est pas dans ses valeurs. De la même manière, Thaïs de méson nous confie devoir revoir un peu son modèle pour être plus rentable en travaillant davantage avec des fins de rouleaux de tissus pour pouvoir produire en plus grande quantité qu'avec des textiles abîmés pour lesquels il faut réaliser des pièces uniques dont la conception nécessite de nombreuses heures de travail.

b) La question des infrastructures

La question de la mise à disposition d'un local financièrement accessible est, elle aussi, un élément déterminant pour ces projets, ces actrices ne possédant que peu d'argent à y consacrer. Deux actrices (Florence de Pandri et Thaïs de méson) ont d'ailleurs bénéficié d'un local au Grand Hospice, un lieu d'occupation provisoire. Philipinne de Demain Sélection a, quant à elle, développé un partenariat avec Yuman à Saint-Gilles, un magasin écoresponsable bruxellois, lui permettant d'y installer ses activités et son stock de vêtements. Quant à l'actrice de la marque d'upcycling, plutôt que de mettre de l'argent qu'elle n'a pas dans la location d'un local, elle utilise les locaux des acteurs qu'elle aide en y proposant des ateliers de couture, de réparation et d'upcycling. Enfin, en ce qui concerne Ophélie d'Oh Fil Deleau, celle-ci a bénéficié au début de son activité de différents locaux mis à disposition pour pas cher avant d'installer son atelier chez elle.

c) La construction des collectifs

Si ces collectifs ont pu se développer, s'étendre et se consolider, c'est parce que les actrices ont réussi à mobiliser de plus en plus d'alliés pour faire partie de leur projet, que ce soit au niveau du personnel et des partenaires qui les ont rejointes (salariés, travailleurs en insertion socio-professionnelle, bénévoles, associations ayant besoin de dons de textiles, partenaires permettant d'accueillir les activités, de faire des collectes, etc.), des objets techniques qu'elles ont intégrés (machines à coudre, matériel de mercerie, tringles, local, etc.) et des publics qu'elles ont réussi à intéresser. Tous ces éléments seront davantage explicités plus bas. En reproblématisant leur collectif,

certaines actrices ont d'ailleurs réussi à intéresser d'autres types de publics. C'est par exemple le cas de R-Use Fabrik qui, en étendant ses activités à la réparation, a permis d'attirer un public ne souhaitant pas coudre, mais tout de même faire réparer ses vêtements. Quant à Ophélie d'Oh Fil Deleau, en basant son activité davantage sur la revalorisation textile, elle a attiré une actrice lui proposant un gros projet autour de l'upcycling textile.

d) Les contacts entre actrices

Au travers des propos des actrices, nous constatons que beaucoup d'entre elles se connaissent et collaborent et que les réseaux sociaux et le bouche-à-oreille entre actrices sont les principaux canaux par lesquels ces actrices se sont connues et sont entrées en contact les unes avec les autres, cela permettant d'échanger et de s'entraider dans le développement de leurs compétences et pour la revalorisation des textiles. Ces actrices ne se considèrent entre elles d'ailleurs pas comme des concurrentes, mais plutôt comme des alliées. Cet élément sera davantage développé plus bas.

5.2.2. La transformation de la perception des déchets textiles et de leur traitement

Au cours de leur trajectoire, l'ensemble des actrices changent leur perception sur ce qui est vu comme des déchets textiles dans le modèle dominant. Cet élément permet de faire un parallèle avec l'article de Goulet et Vinck de 2012 sur les techniques sans labour dans lequel la vision que les agriculteurs ont du sol est modifiée, le sol devenant un actant à part entière dont la bonne composition (comme la présence de vers de terre) est nécessaire.

En effet, les textiles non neufs, abîmés et invendus, vus comme des déchets textiles pour la fast fashion et l'ultra fast fashion, changent d'identité : ils ne sont plus considérés comme des entités indésirables de ce modèle qu'il faut cacher ou éliminer par l'incinération, la mise en décharge ou l'exportation, mais deviennent les matières premières des activités des collectifs à partir desquelles ils développent leurs activités, sensibilisent les consommateurs et travaillent leur créativité, leurs connaissances et leurs compétences. Les actrices interviewées utilisent d'ailleurs peu le terme « Déchet », parlant plutôt de textiles à revaloriser. Ces actrices ont d'ailleurs développé tout un vocabulaire pour qualifier la diversité de ces textiles : rouleaux deadstock (fins de rouleaux et surplus), vêtements ayant eu une première vie et de fin de stock, tissus ayant déjà eu une première vie et chutes de découpes de tissus. Nous ne prenons pas en compte les textiles comme le linge de maison ou les serviettes de bain que certaines actrices ont également mentionnés, mais qui ne s'inscrivent pas dans l'industrie de la mode.

Nous constatons dans les propos des personnes interviewées que ces textiles deviennent des actants à part entière qu'elles souhaitent revaloriser, cela en passant par le développement de différentes filières d'activités permettant une diversité de revalorisation et venant se glisser entre les textiles et la poubelle (incinération ou mise en décharge). La poubelle devient alors « un point de passage à éviter, symétrique au fameux point de passage obligé de Michel Callon » (Callon, 1986, cité dans Goulet & Vinck, 2022, p.11). Elisa de La Fripothèque nous explique par exemple qu'il n'est pas concevable pour elle de jeter les textiles qu'elle ne conserve pas pour la vente en seconde main et elle passe, pour cela, par des échanges avec une association et par la revalorisation au sein de ses ateliers de couture, d'upcycling et de peinture textile. Elle souhaiterait également travailler avec une couturière pour aller encore plus loin. Elle nous a dit ceci :

« Oui bon effectivement, voilà l'objectif à long terme, ça serait probablement d'avoir une couturière qui travaille ici et qui puisse justement revaloriser tout le textile qu'on a, parce qu'ici bon rien n'est jeté hein, donc comme je te l'ai dit soit on fait des échanges etc. Mais c'est vrai que ça pourrait être d'avoir une collection de vêtements upcyclés. Ici pareil pour nos ateliers, il y a parfois des choses qu'on va pouvoir réutiliser. Donc je pense notamment à un pantalon qu'on a reçu, qui avait plein de petits trous. Ben finalement une personne l'a utilisé pour réaliser un bandeau. » (Entretien avec Elisa Korpak).

Les filières sont définies comme des types d'activités de traitement des textiles utilisées pour remettre ces textiles dans le circuit d'utilisation. Au sein de ces filières, les textiles sont des objets renégociables de multiples façons par les actrices et les frontières sont floues entre les actrices, mais aussi pour une même actrice. En effet, d'une part, la filière de destination d'un textile et la valeur qui lui est accordée au sein de cette filière varient d'une actrice à l'autre en fonction de différents paramètres : le type de textile (vêtements, tissus, chutes et rouleaux deadstock), son état allant du plus qualitatif au moins qualitatif (en bon état, abîmé mais réparable, abîmé, en trop mauvais état) et sa catégorie (vêtements vintage, de marques éthiques et de luxe, de fast fashion et d'ultra fast fashion).

D'autre part, nous constatons que toutes les actrices sont passées par une séquence de reproblématisation dans leur trajectoire, cette séquence les poussant à aller plus loin dans la revalorisation textile en redéfinissant leurs filières et les textiles qu'elles y intègrent et/ou en intégrant d'autres filières entre les textiles et la poubelle, cela grâce à l'aide d'autres acteurs. Nous constatons que cette séquence de reproblématisation s'explique par le fait que l'ensemble des actrices se retrouvent à recevoir des textiles qui ne correspondent pas exactement à ce qu'elles proposent comme activités. Pour répondre à cela, elles reproblématissent leurs pratiques et vont plus loin dans la revalorisation textile plutôt que de se débarrasser de ce qu'elles reçoivent. Elles ne se contentent plus seulement de traiter les textiles qui correspondaient initialement à leurs activités, mais trouvent d'autres solutions pour également traiter les autres. Les actrices peuvent ainsi reconfigurer leurs activités par les frontières floues des textiles et des filières ainsi que grâce à leurs contacts avec d'autres acteurs et au développement de nouvelles compétences. Le cas de Philipinne de Demain Sélection qui nous explique qu'elle souhaite davantage prendre ses responsabilités dans les pièces non sélectionnées est très intéressant pour illustrer cela :

« Et donc là, l'objectif, c'est que nous aussi, en fait, on a notre responsabilité dans les pièces non sélectionnées. Et donc, on essaye de réparer. C'est pour ça que je faisais cet atelier de réparation chez R-Use. Donc, on essaye de recoudre directement nous-mêmes et de pouvoir rentabiliser directement les pièces. Et pourquoi pas, on réfléchit aussi à faire de l'upcycling directement pour avoir une gamme de produits upcyclés. » (Entretien avec Philipinne François).

Sur base de l'ensemble des propos, nous avons pu développer une trajectoire de la revalorisation textile qui va être présentée ci-après.

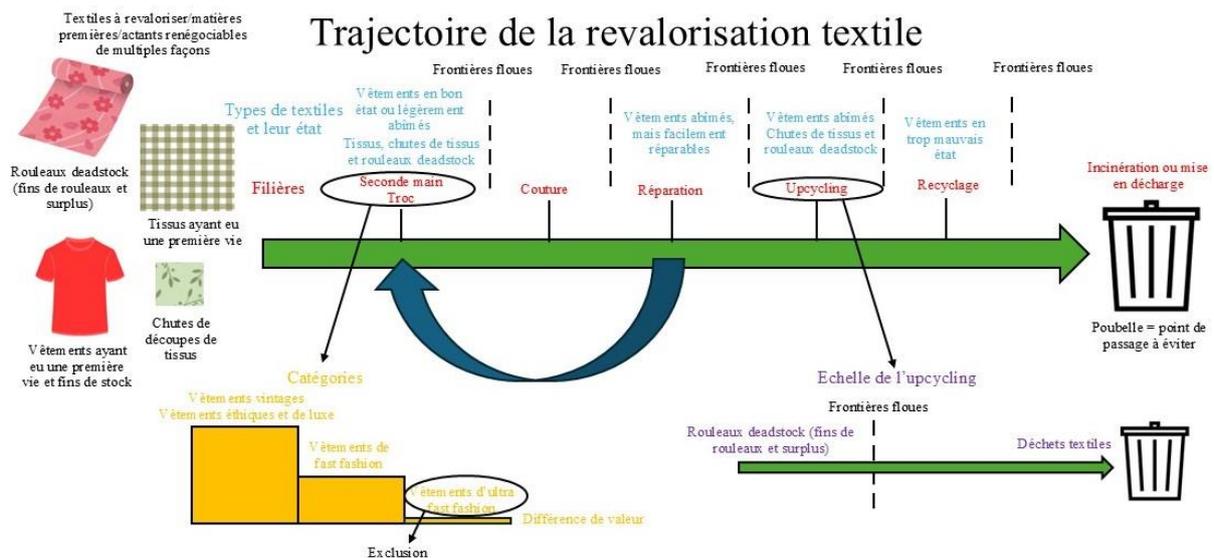


Figure 14 : trajectoire de la revalorisation textile constituée sur base des sept collectifs

En ce qui concerne la filière de la seconde main, nous y retrouvons des textiles qui connaissent une seconde vie en ne subissant aucune modification de la part des actrices. Le troc est également considéré comme une activité de la filière de la seconde main, l'actrice le proposant, Florence de

Pandri, le définissant comme « une offre de seconde main qui [est] facile, rapide et qui [valorise] aussi surtout des produits qu'on [a] déjà dans notre garde-robe » (Entretien avec Florence Lepoudre). Parmi les textiles que nous retrouvons dans cette filière, cela varie d'une actrice à l'autre : il peut s'agir de vêtements, de tissus, de chutes de tissus ainsi que de rouleaux deadstock. En effet, si Demain Sélection, La Fripothèque et Pandri se concentrent plutôt sur de la vente de vêtements de seconde main, R-Use Fabrik propose au travers de sa mercerie de seconde main des tissus de seconde main, des chutes de tissus ainsi que des fins de rouleaux.

Pour ce qui est de l'état des vêtements, les frontières sont également floues, car certaines actrices y incluent uniquement des vêtements en bon état, tandis que d'autres y incluent des vêtements plus abîmés incitant les consommateurs qui les achètent à eux-mêmes les transformer. Par exemple, Demain Sélection, Pandri et La Fripothèque souhaitent proposer en seconde main des vêtements qui sont en parfait état, car leur objectif est de convaincre à la seconde main, tandis que R-Use Fabrik propose de la seconde main qui va plus loin, des vêtements qui sont un peu abîmés et qui peuvent tout de même être portés directement ou facilement transformés par les consommateurs qui vont eux-mêmes pouvoir les terminer, les réparer ou les upcycler.

Au sein de cette filière, la catégorie des vêtements (vêtements vintages, de marques éthiques et de luxe, de fast fashion et d'ultra fast fashion) pousse les actrices à leur accorder une valeur différente en termes de prix et d'inclusion. En effet, certaines actrices ne souhaitent pas inclure de vêtements de fast fashion et/ou d'ultra fast fashion dans leur offre, car elles ne les trouvent pas suffisamment qualitatifs et ne souhaitent pas valoriser ces modèles, tandis que d'autres en incluent, mais en y affectant un facteur discriminant, un prix inférieur aux autres vêtements proposés, car il s'agit de seconde main et qu'elles souhaitent tout de même pouvoir valoriser ces vêtements.

La Fripothèque évite par exemple de vendre des vêtements de fast fashion et d'ultra fast fashion, concentrant son offre sur des vêtements vintages qu'Elisa qualifie de catégorie particulière de vêtements de seconde main qui ont plus de 20 ans et vont encore durer 20 ans, sont de meilleure qualité que les vêtements de fast fashion et sont généralement fabriqués en Europe. C'est d'ailleurs sa séquence de découverte et d'apprentissage de la seconde main et des conséquences de la fast fashion qui lui a permis de faire cette distinction. Pour Elisa, la frontière est tout de même un peu floue parce qu'il lui arrive de proposer de manière très ponctuelle des vêtements de fast fashion s'ils sont encore portables et jolis parce qu'elle ne souhaite pas gaspiller ces vêtements qu'elle échange généralement avec une association de personnes sans abri. Elle leur affecte alors un prix inférieur par rapport aux autres vêtements vintages. Il n'est toutefois pas concevable pour elle de proposer des vêtements d'ultra fast fashion.

Demain Sélection propose des vêtements de fast fashion des marques Zara et H&M, Philippine nous expliquant ne pas regarder les côtés éthiques et durables des vêtements étant donné qu'elle souhaite proposer une offre multi-marques et à un prix accessible et que les vêtements Zara constituent une part importante de son chiffre d'affaires. Elle refuse toutefois de proposer des vêtements d'ultra fast fashion, car la qualité n'est pas bonne et ce modèle trop extrême.

Quant à Pandri, Florence nous explique avoir revu sa manière de considérer ces catégories au cours de sa trajectoire, n'acceptant aujourd'hui plus les vêtements d'ultra fast fashion (Primark, Shein et Boohoo) étant donné leur mauvaise qualité et les problèmes sociaux et environnementaux derrière et décidant d'accorder plus de valeur aux vêtements de belles marques qu'elle qualifie d'Éthuxe (pour éthique et de luxe).

Nous voyons donc ici que les actrices refusent très clairement d'intégrer de l'ultra fast fashion dans leur offre, tandis que pour la fast fashion, les frontières sont floues d'une actrice à l'autre.

En ce qui concerne la filière de la couture, elle a été abordée, d'une part, par La Fripothèque, Oh Fil Deleau, R-Use Fabrik, la marque d'upcycling et Pandri par rapport à des cours que ces collectifs organisent ou souhaiteraient organiser dans le futur pour redonner des compétences aux citoyens, les sensibiliser à la revalorisation textile et leur faire passer un bon moment et, d'autre part, par Méson, Thaïs nous expliquant avoir pris des cours pour apprendre la couture au début de sa trajectoire. Ces cours ne tournent pas qu'autour de la couture, mais également d'autres filières comme la réparation et l'upcycling, filières qui seront approfondies plus loin. Certaines actrices ont également parlé de cours de broderie, de crochet, de tricot et de peinture textile, mais ces pratiques se situent également à la frontière entre plusieurs filières étant donné qu'elles peuvent par exemple servir à réparer ou à upcycler. Par ailleurs, Ophélie d'Oh Fil Deleau se qualifie en partie de couturière, sa marque étant à l'origine essentiellement centrée sur la couture, mais sa trajectoire la pousse à se situer à la frontière entre plusieurs filières, proposant également de la réparation et de l'upcycling.

En ce qui concerne la filière de la réparation, il s'agit d'une filière qui est arrivée chez certaines actrices suite à une séquence de reproblématisation dans leur trajectoire, constatant que certains vêtements reçus étaient légèrement abîmés et qu'ils pouvaient donc être facilement réparés pour être à nouveau portés ou vendus en seconde main plutôt que de passer par l'upcycling (la filière suivante, qui, contrairement à la réparation qui ne génère aucun déchet, génère une petite quantité de déchets) ou par le don à des associations. Les collectifs R-Use Fabrik et Demain Sélection ont par exemple vécu cette séquence de reproblématisation, le premier reproblématisant ses pratiques par la prise en considération de la réparation comme la meilleure solution avant l'upcycling et le second décidant de réparer les vêtements reçus et légèrement abîmés pour les proposer en seconde main. C'est pour cela que nous avons intégré dans la trajectoire de la revalorisation textile une flèche allant de la réparation à la seconde main.

Il est également intéressant de souligner le fait que certains collectifs sont capables d'aller plus loin que d'autres dans la réparation ; c'est par exemple le cas de R-Use Fabrik qui propose des réparations que beaucoup d'autres ne font pas. Cet ancrage dans la filière de la réparation a d'ailleurs permis à R-Use Fabrik d'attirer de nouveaux types de publics : des personnes qui ne souhaitent pas coudre de vêtements mais en faire réparer ou apprendre à les réparer elles-mêmes. Il est également important de relever le fait que l'actrice ayant développé la marque d'upcycling considère la réparation comme de l'upcycling tandis que R-Use Fabrik fait très clairement la distinction entre les deux, la frontière séparant la réparation de l'upcycling étant donc floue d'une actrice à l'autre.

En ce qui concerne la filière de l'upcycling, sa définition n'est pas exactement la même d'une actrice à l'autre et il est intéressant de souligner le fait que pour la majorité des actrices qui sont actives dans cette filière, leur définition de l'upcycling a évolué suite à une séquence de reproblématisation au cours de leur trajectoire. Pour l'actrice ayant développé la marque d'upcycling, sa définition a évolué de la customisation et de la transformation de vêtements en bon état au fait « de récupérer des chutes de tissus de seconde main ou des chutes de découpes neuves qui ont déjà été utilisées, des vêtements abîmés » (Entretien avec l'actrice de la marque d'upcycling), cela pour prolonger leur vie ou pour leur donner une deuxième vie. Elle nous confie qu'elle ne pourrait aujourd'hui plus upcycler un vêtement en bon état, prise de position avec laquelle les autres actrices sont d'accord. Elle souligne toutefois qu'elle intègre la réparation dans l'upcycling alors que R-Use Fabrik fait aujourd'hui très clairement la distinction entre les deux, considérant la réparation comme la meilleure solution avant l'upcycling. En effet, recevant de plus en plus de dons de vêtements très légèrement abîmés et facilement réparables, Sophie et Mathilde de R-Use Fabrik décident de reconfigurer leurs activités et de les élargir à la réparation et plus seulement à l'upcycling qui est une activité qui génère tout de même un peu de déchets. Sophie de R-Use Fabrik nous a d'ailleurs confié ceci :

« Et donc nous on récupère des trucs qu'on considérerait ne pas devoir aller à la poubelle, qui ne méritait pas d'aller à la poubelle et donc qu'on transformait pour leur donner une nouvelle vie. Et en fait avec la réparation, on s'est éloigné de la poubelle. Quand tu fais de l'upcycling, t'as quand même un peu de déchets, parce qu'on n'arrive jamais à tout récupérer pratiquement. Par contre, quand tu ré pares, c'est la meilleure solution, il n'y a pas de déchet, tu ré pares, tu remets en circulation » (Entretien avec Sophie Remy et Mathilde Lemaire).

R-Use Fabrik et La Fripothèque ont une définition assez similaire de l'upcycling, parlant d'une alternative permettant de transformer des choses qui iraient autrement à la poubelle, d'une alternative au fait de jeter. Quant à méson, si sa définition de l'upcycling se rapprochait autrefois des autres définitions, elle a aujourd'hui un peu évolué suite à une séquence de reproblématisation, considérant l'upcycling non plus simplement comme une alternative au fait de jeter, mais comme le fait de redonner de l'utilité à un textile qui n'en a plus bien qu'il ne soit pas forcément abimé. Cette reproblématisation est liée au fait que méson se rend aujourd'hui compte que son activité d'upcycling ne peut devenir rentable que si elle ne part plus seulement de textiles abîmés qui nécessitent une production de pièces sur mesure, mais également de rouleaux deadstock (fins de rouleaux et surplus) qui permettent de produire plus rapidement et en plus grande quantité.

C'est ici que Thaïs de méson aborde la question de l'échelle de l'upcycling, car elle considère l'upcycling le plus pur comme étant le fait de partir d'un déchet qui serait incinéré s'il n'était pas upcyclé et la limite de l'upcycling comme étant les fins de rouleaux de textiles créés par de grandes marques (notamment de fast fashion) et récupérés car ces marques s'en débarrassent. Pour l'actrice ayant développé la marque d'upcycling, utiliser des rouleaux deadstock ce n'est pas de l'upcycling, mais elle considère que c'est mieux que d'utiliser du neuf et elle comprend que cela soit plus facile pour la création. Les frontières sont donc floues d'une actrice à l'autre entre ce qui est considéré comme de l'upcycling et ce qui ne l'est pas. C'est également ici que cette actrice de la marque d'upcycling et que Thaïs de méson soulèvent leurs inquiétudes concernant l'upcycling, car les grandes enseignes de mode n'ont plus de scrupule à surproduire des rouleaux parce qu'elles savent qu'il y a des petites marques d'upcycling qui vont les réutiliser et cela devient un business faisant augmenter le prix de ces matières premières. L'actrice de la marque d'upcycling soulève d'ailleurs le fait que l'upcycling est, selon elle, un modèle de transition qui tend à mourir et que c'est vers de l'écoconception qu'il faut aller. En complément à cette idée, Sophie de R-Use Fabrik soulève d'ailleurs le fait que son alternative ne devrait même pas exister, car il ne devrait pas y avoir autant de déchets textiles.

Il est également important d'aborder la filière du recyclage, alimentée notamment par les activités de Demain Sélection qui fait don des vêtements en trop mauvais état à Be The Fibre, une association flamande active dans cette filière.

Pour assurer le bon fonctionnement des filières, des activités opérationnelles sont nécessaires. Elles sont définies comme les activités qui traitent principalement de la manière dont les textiles sont obtenus, collectés, acheminés, stockés et remis dans le circuit d'utilisation et elles sont donc liées au mode de récupération des textiles et à leur traitement avant et après être passés dans une filière. Chez les actrices, les textiles ont différentes sources d'approvisionnement : les dons, les dépôts-ventes et les fins de stocks. Tandis que certaines actrices basent leurs activités exclusivement ou quasiment exclusivement sur le don de textiles (R-Use Fabrik et l'actrice de la maque d'upcycling), d'autres complètent les dons par des rachats de textiles (La Fripothèque, méson et Oh Fil Deleau) et d'autres encore se basent uniquement sur des rachats (Pandri et Demain Sélection). C'est parfois par l'intermédiaire de collectes organisées avec des partenaires que ces textiles sont ensuite récupérés. Les dons sont aussi une manière pour ces alternatives de revaloriser davantage les textiles, faisant elles-mêmes don de ceux qu'elles ne savent pas revaloriser. Les textiles récupérés sont triés pour être renvoyés vers les bonnes filières et cela avec l'aide de différents acteurs (bénévoles, personnes en insertion socio-professionnelle, etc.). Dans l'opérationnel, nous retrouvons également les compétences

des actrices ainsi que différents objets techniques qui permettent d'assurer la revalorisation (local, matériel de mercerie, machines à coudre, etc.).

Si le bon fonctionnement de ces filières est possible, c'est aussi parce que les actrices développent des formats d'activités spécifiques qui permettent un contact avec les publics rendant possible la revalorisation textile, ces formats étant définis comme des structures mises en place pour le contact direct avec les clients (ex : magasin physique, e-shop, atelier de confection, événements, cours, etc.). Tandis que certaines actrices concentrent leurs activités sur un ou deux formats, d'autres les multiplient et c'est souvent au cours de leur trajectoire que cela se passe. R-Use Fabrik, se concentrant au début de ses activités sur un plus petit nombre de formats, en a par exemple aujourd'hui développé de très nombreux (magasin physique, e-shop, événements, ateliers de sensibilisation, cours, développement d'un atelier de confection pour les professionnels et d'un atelier de réparation pour les particuliers, etc.), certains n'étant proposés par aucun autre collectif (comme les teambuildings, par exemple). Cette multiplication des formats permet d'ailleurs d'atteindre un public plus diversifié : des gens intéressés par la couture, des personnes qui ne sont pas intéressées par la couture mais souhaitent faire réparer leurs vêtements, mais aussi des publics plus précarisés au travers des ateliers et événements de sensibilisation. L'actrice de la marque d'upcycling se concentre, quant à elle, aujourd'hui sur deux types de formats : les ateliers et les stages.

Ces collectifs, en plus de proposer des activités de revalorisation textile, s'ancrent dans des activités de conscientisation qui sont définies comme des activités qui ne concernent pas le traitement des textiles, mais plutôt la manière d'informer et de convaincre les consommateurs et le politique concernant les problématiques de l'industrie du textile et de l'habillement, dont celle des déchets textiles et de l'importance de les revaloriser. Il est ici intéressant de faire un lien avec la partie théorique étant donné que, dans celle-ci, nous mettons également en évidence que de plus en plus d'acteurs mettent en visibilité les écueils de la fast fashion dans l'objectif de sensibiliser les consommateurs et de faire bouger les acteurs politiques. De plus, certains collectifs vont plus loin que d'autres dans ces activités en proposant par exemple des ateliers et des événements de sensibilisation et en faisant partie de fédérations actives dans le lobbying comme c'est le cas pour R-Use Fabrik alors que d'autres se concentrent sur le développement de leurs activités avec une communication plutôt passive, expliquant qu'elles se focalisent actuellement davantage sur le développement de leur service comme c'est le cas de Florence de Pandri et de Philipinne de Demain Sélection.

Dans ces alternatives, la mobilisation d'alliés humains et non-humains pour développer les collectifs sociotechniques est essentielle, car ce sont eux qui permettent d'assurer le bon fonctionnement des filières grâce à une opérationnalisation (dons, collectes, tri, etc.), des formats d'activités (magasin physique, e-shop, ateliers, événements, etc.) et des activités de conscientisation (sensibilisation et lobbying) associant donc différentes entités humaines (salariés, bénévoles, personnes en insertion socio-professionnelle, acteurs de soutien assurant des coachings, du lobbying, des financements, acteurs aidés par ces alternatives, etc.) et non-humaines (objets techniques comme du matériel de mercerie, des machines à coudre, des sites Internet, des réseaux sociaux, etc.).

Si nous venons compléter ces propos avec les analyses effectuées pour les collectifs institutionnalisés (Oxfam Belgique, Terre ASBL et CYCLUP), il est très intéressant de relever le fait que ces collectifs développent principalement des filières d'activités de début et de fin de chaîne dans la trajectoire de la revalorisation textile centrées plutôt sur de la seconde main, de l'exportation (qui est une filière qui apparaît avec ces acteurs) et du recyclage (à propos duquel nous obtenons davantage d'informations), tandis que les autres actrices proposent des filières d'activités intermédiaires comme de la couture, de la réparation et de l'upcycling qui viennent compléter cette trajectoire. Les petits acteurs influencent également ces plus gros collectifs institutionnalisés qui décident de se lancer dans

des filières intermédiaires, comme c'est le cas de CYCLUP et de Terre ASBL qui ont développé une activité d'upcycling textile pour revaloriser davantage les textiles.

Nous avons réalisé une nouvelle trajectoire de la revalorisation textile intégrant les activités de ces collectifs institutionnalisés.

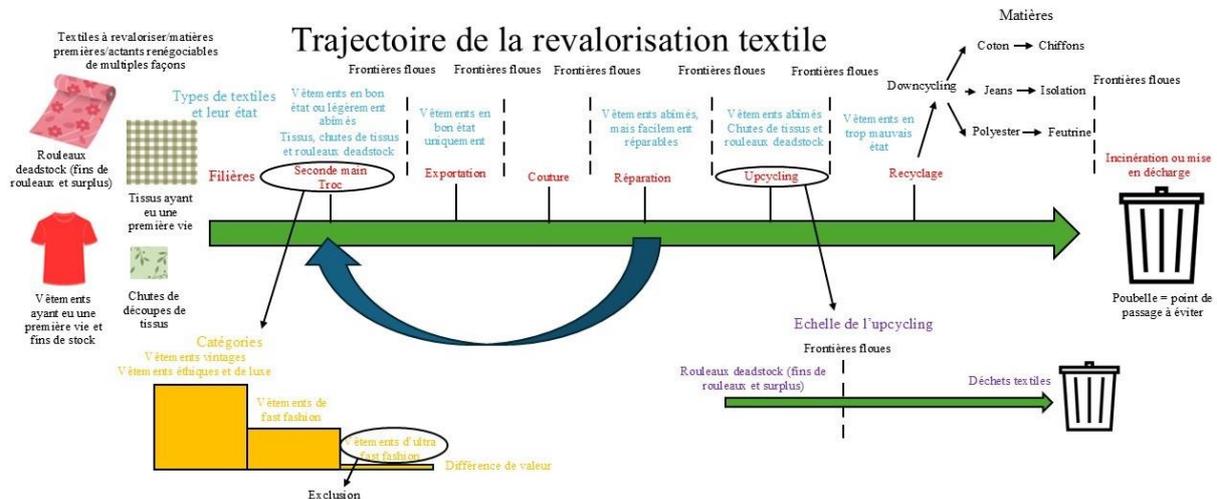


Figure 15 : trajectoire de la revalorisation textile complétée avec les collectifs institutionnalisés

La prise en considération de ces collectifs dans la trajectoire de la revalorisation textile vient ajouter d'autres nuances. La filière de l'exportation apparaît et celle-ci est composée de textiles qui sont envoyés à l'étranger sans subir aucune modification. Les deux collectifs actifs dans cette filière, Oxfam Belgique et Terre ASBL, ne souhaitent envoyer à l'étranger que des vêtements en bon état et veulent que cette exportation soit assurée par un important contrôle afin d'éviter les dérives engendrées par la fast fashion (telles que présentées dans la partie « Etat des lieux et état de l'art ») comme les décharges de textiles créées par les vêtements de mauvaise qualité envoyés sans être triés par des acteurs privés. Quant à la filière du recyclage, une filière développée par l'ASBL Terre dont bénéficient notamment Oxfam Belgique et CYCLUP, nous apprenons que la matière des textiles devient également un paramètre à prendre en compte dans la revalorisation (qualifiée de downcycling par Oxfam Belgique étant donné qu'il y a une perte de valeur des matériaux), le coton devenant des chiffons pour l'industrie automobile et le secteur du bâtiment, la matière jeans des panneaux d'isolation et le polyester de la feutrine pour l'intérieur des voitures. Ces collectifs institutionnalisés nous confient toutefois qu'il n'est pas possible pour eux de tout revaloriser, une partie des textiles partant donc à l'incinération.

5.2.3. La mise en visibilité des travailleurs et des consommateurs

Contrairement au modèle de la fast fashion/ultra fast fashion qui ne considère ni les ouvriers (qui travaillent, selon les termes des actrices, dans des conditions déplorables), ni les consommateurs (dès lors que ces enseignes se basent sur des reproductions des tendances ainsi que sur des algorithmes plus que sur de vraies personnes dans une logique de construction impersonnelle des tendances), l'ensemble des actrices interrogées souhaitent les mettre en visibilité et les revaloriser.

Nous retrouvons ici un autre mécanisme du retrait, celui de la mise en visibilité d'entités positives qui étaient rendues invisibles dans le régime dominant (Goulet & Vinck, 2012). Les actrices veulent créer le vêtement pour l'humain et rendre le consommateur davantage acteur de ses choix ainsi que lui redonner certaines compétences en lui proposant des ateliers. Les actrices construisent d'ailleurs leur collectif en ayant des contacts directs avec les consommateurs ; nous ne parlons donc plus de construction impersonnelle des tendances, mais interpersonnelle avec l'idée de personnaliser davantage, de prendre en compte des dimensions plus complexes (sociales, économiques,

environnementales, etc.). Les actrices veulent également valoriser les travailleurs par un modèle basé sur l'économie sociale (en intégrant des gens plus fragiles comme des personnes en insertion socio-professionnelle et des bénévoles, en prenant le temps de les former et en les valorisant) et soutenir des causes qui aident l'humain en difficulté (La Fripothèque et les étudiants en situation de précarité, R-Use Fabrik et les ateliers solidaires pour des associations, les dons de vêtements à des associations qui en ont besoin). Thaïs de méson nous a par exemple expliqué qu'elle ancrerait la marque dans des valeurs sociales et locales fortes en travaillant avec des personnes proches, en connaissant les prénoms de tous les maillons de la chaîne, en les respectant et en leur fournissant un salaire juste. Les travailleurs et les consommateurs deviennent donc de réels acteurs dont on se soucie, dont on prend en compte le bien-être, les envies, l'avis et les besoins et dont on valorise les compétences et ne sont plus de simples maillons d'une chaîne opaque dont on néglige l'avis et les droits.

5.2.4. La mise en visibilité des compétences

Contrairement au modèle de la fast fashion/ultra fast fashion qui invisibilise voire néglige les compétences des travailleurs et des consommateurs, ces collectifs revalorisent les connaissances et compétences des acteurs qui sont essentielles pour reconsidérer les textiles et former les consommateurs (passage par des professionnels pour apprendre des techniques de couture, de réparation, d'upcycling, etc.). Pour certaines actrices, ce sont d'ailleurs les compétences qu'elles acquièrent au fur et à mesure de leur trajectoire qui leur permettent d'aller plus loin dans la revalorisation textile. Nous retrouvons donc ici le même mécanisme que pour les travailleurs et les consommateurs : la mise en visibilité et la valorisation des compétences invisibilisées par le régime.

Pour donner quelques exemples, tout d'abord, pour apprendre et développer ses compétences, l'actrice de la marque d'upcycling est passée par une couturière et par le Label Jaune, la marque d'upcycling textile des Petits Riens. Ensuite, Sophie de R-Use Fabrik nous a partagé que certaines personnes s'adressaient à son association parce qu'elle arrivait à aller plus loin que d'autres acteurs dans les techniques de réparation. En outre, Thaïs de méson nous a expliqué qu'il n'était pas facile de trouver des ateliers belges avec les compétences nécessaires pour réaliser les vêtements et accessoires pour la marque. Par ailleurs, Elisa a, quant à elle, pris des cours de couture lui permettant notamment de réparer les petits défauts des vêtements qu'elle vend en boutique et elle souhaiterait, à l'avenir, travailler avec une couturière pour réaliser des créations upcyclées. Enfin, Philipinne de Demain Sélection nous a confié qu'elle souhaitait davantage prendre ses responsabilités dans les textiles reçus et qu'elle avait, pour cela, suivi un cours de réparation chez R-Use Fabrik.

5.2.5. La transformation du régime par une bifurcation pour les déchets textiles et l'insularisation progressive vers un nouveau modèle d'habillement

Tout d'abord, les actrices ne considèrent pas les autres collectifs comme des concurrents, mais plutôt comme des alliés complémentaires qui vont permettre d'étendre le réseau d'acteurs (ou plutôt d'actrices étant donné qu'on se rend compte qu'il s'agit majoritairement d'actrices) permettant de créer un écosystème se développant à partir des déchets textiles provenant du régime dominant dont ils prolongent la vie. De plus, selon les actrices, plus il y aura d'acteurs dans cet écosystème, plus ce marché se développera et permettra de changer les mentalités et de pousser les gens à changer leurs pratiques, à consommer autrement. C'est également pour cela que beaucoup d'actrices passent actuellement (ou souhaitent passer) par une séquence d'expansion de leur collectif afin d'avoir plus d'impact social et environnemental.

La complémentarité et la collaboration qui naissent entre les actrices permettent de faire vivre ces collectifs et de revaloriser les textiles, car si certaines actrices ne savent pas revaloriser certains textiles, elles font appel à d'autres acteurs. Nous voyons d'ailleurs que les actrices interviewées se rencontrent,

collaborent et apprennent les unes des autres, faisant s'entrecroiser et fusionner les collectifs créés. C'est par exemple le cas entre Demain Sélection et R-Use Fabrik, Philipine ayant pris des cours de réparation dans l'ASBL pour pouvoir réparer les vêtements abîmés. L'actrice ayant développé une marque d'upcycling organise, quant à elle, des ateliers textiles autour de la couture, de la réparation et de l'upcycling chez R-Use Fabrik et à la Fripothèque. Quant à Florence de Pandri, elle nous a expliqué avoir rencontré et échangé avec Elisa de La Fripothèque. Les interactions se retrouvent aussi avec les collectifs institutionnalisés qui sont également vus comme complémentaires, car Pandri nous a partagé avoir fait des dons à CYCLUP tandis que méson a bénéficié des activités de Terre ASBL pour obtenir des plaids en tartan à upcycler. Beaucoup soulèvent cependant une ambivalence concernant Vinted qui permet d'un côté le développement du secteur, mais de l'autre une traduction concurrence forte qui éloigne certains consommateurs de ces alternatives et les déconscientise.

Cet écosystème en cours de création n'est donc pas en rupture complète avec le modèle de la fast fashion. En effet, dans le cas de ces collectifs, nous ne parlons pas de retrait total du régime de la fast fashion, mais plutôt de retrait partiel. Nous pouvons parler de retrait total par rapport à l'ultra fast fashion, car l'ensemble des actrices souhaitent ne pas intégrer de textiles de ce modèle dans leur collectif et s'en détacher totalement étant donné les conséquences sociales et environnementales désastreuses de ce modèle et la mauvaise qualité des vêtements. Pour ce qui est de la fast fashion par contre, nous observons un modèle de trajectoire en deux temps.

Dans un premier temps, nous observons une continuité sous forme d'une transformation du régime de la fast fashion au travers d'une bifurcation en ce qui concerne les déchets textiles de ce modèle, ce dernier alimentant les collectifs et les frontières étant donc perméables entre les deux. Plutôt que de finir à la poubelle (c'est-à-dire incinérés, mis en décharge ou exportés), les déchets textiles sont repris par ces collectifs pour être revalorisés, l'idée est de prolonger la vie des textiles du modèle dominant au travers d'une diversité de filières au sein desquelles les frontières sont floues car les textiles sont des actants renégociables grâce aux échanges entre les actrices et au développement de différentes compétences. Cela est montré par le point de passage à éviter (l'achat et la production de textiles neufs en fast fashion et en ultra fast fashion) et par le point de passage obligé (la revalorisation textile qui se décline en différentes logiques d'une actrice à l'autre).

Dans un second temps, nous observons une insularisation progressive en termes de modèle d'habillement par laquelle l'idée est de changer les mentalités et de sortir de la conception selon laquelle il faut constamment produire et consommer de nouveaux vêtements. Ce phénomène d'insularisation est rendu possible grâce à un ancrage dans la collaboration, les apprentissages et les compétences. Nous constatons d'ailleurs dans les propos des actrices qu'il existe des différences de publics entre ceux qui s'habillent en fast fashion et en ultra fast fashion et ceux attirés par ces alternatives, plusieurs actrices nous confiant que les personnes attirées par ce qu'elles proposent ne s'habillent pas ou peu dans le modèle dominant car elles préfèrent la qualité.

Dans ce nouveau modèle, les valeurs sont différentes (plus d'humain, de qualité, de local, de protection de l'environnement), mais les prémisses restent les mêmes car le vêtement continue à être un élément définissant notre identité (cette valeur sociale reste la même que dans le régime dominant) et les actrices souhaitent d'ailleurs montrer que partir de textiles à revaloriser permet d'ailleurs de se singulariser encore davantage, notamment au travers de l'acquisition de pièces uniques ou limitées ainsi que par l'intermédiaire de la réparation ou de l'upcycling permettant d'amener de l'originalité et de la créativité à ses vêtements et accessoires. Cela peut sembler un peu paradoxal, car nous aurions pu penser que ces alternatives sortiraient de l'idée d'une singularité de l'identité permise par le vêtement.

Dans ce nouveau modèle, ce qui compte, c'est le savoir-faire et le réseautage plus que la valeur marchande du vêtement : il faut avoir des compétences et des contacts pour développer une alternative ou pour pouvoir réparer ou upcycler ses propres vêtements en tant que consommateur. Ce modèle revient à de l'artisanat, à des productions locales, au développement d'un savoir-faire, élément que nous retrouvons également dans d'autres secteurs. L'actrice de la marque d'upcycling, Elisa de la Fripothèque, Ophélie d'Oh Fil Deleau et Thaïs de Méson ont d'ailleurs fait référence à l'important passé textile belge avant la délocalisation massive causée par le modèle de la fast fashion et à la volonté de retourner à un modèle de ce type. Nous pouvons ici faire un parallèle avec l'idée d'un « retour aux origines » relevée par Goulet et Vinck (2022) dans différents cas d'innovation par retrait.

Parallèlement, derrière ce modèle se cache également un élément discriminant : celui qui n'a pas les contacts ou les compétences n'est pas capable de développer une alternative ou d'apprendre à revaloriser ses textiles, et c'est pour cela que la question de l'inscription dans un réseau permettant des apprentissages est essentielle.

Il est également intéressant de relever le fait que certaines actrices emploient des termes spécifiques pour qualifier ce nouveau modèle : l'actrice de la marque d'upcycling, Elisa de La Fripothèque et Sophie de R-Use Fabrik qualifient celui-ci de slow fashion définie comme une méthode plus douce de consommer et Florence de Pandri et Thaïs de méson parlent de mode durable. Toutefois, ce modèle n'est actuellement pas en rupture totale avec le modèle de la fast fashion étant donné qu'il est approvisionné par ce dernier.

Nous constatons toutefois de légères différences dans le retrait entre les actrices, cela nous amenant à parler d'intensités variables du retrait, élément questionné par Goulet et Vinck dans leur livre « *Faire sans, faire avec moins : les nouveaux horizons de l'innovation* » (2022). En effet, d'une part, si la majorité des actrices reprennent des textiles de fast fashion (comme c'est le cas de Pandri, de Demain Sélection, d'Oh Fil Deleau, de R-Use Fabrik, de méson et de l'actrice de la marque d'upcycling), Elisa de La Fripothèque ne souhaite même pas en revendre avec une sortie du modèle encore plus revendiquée. Elle ne pallie plus les conséquences néfastes de ce modèle, elle ne souhaite même plus en inclure les vêtements. Il est donc important de soulever la distinction entre les actrices qui tentent de pallier les conséquences négatives de la fast fashion en permettant aux textiles de rester dans le circuit de la consommation et La Fripothèque qui propose une économie circulaire indépendante de la fast fashion en proposant majoritairement des vêtements vintage. D'autre part, pour ce qui est d'Ophélie d'Oh Fil Deleau, qui est consultante pour une marque de fast fashion et utilise souvent des textiles neufs pour ses clients tout en tentant d'amener sa marque vers un modèle plus humain, local et basé sur la revalorisation, il s'agit d'un bon exemple d'actrice qui, bien que souhaitant s'éloigner de ce modèle, en est moins en retrait que les autres actrices. Il est également intéressant de soulever le fait que, du côté de la fast fashion, les frontières sont aussi perméables, le régime dominant s'inspirant de ces initiatives pour développer ses propres alternatives pour la fin de vie des textiles autour du recyclage et de la seconde main présentées comme plus écologiques.

Par ailleurs, les actrices souhaitent influencer le paysage par leur inscription dans des collectifs ayant des impacts au niveau politique (comme c'est le cas de R-Use Fabrik avec la Fédération Ressources qui fait du lobbying) ou, du moins, elles portent des revendications et souhaitent que des mesures soient mises en place au niveau politique pour faciliter leurs activités (baisse de la taxe à 21%, aide à la réparation, etc.) et pour pénaliser celles de la fast fashion/ultra fast fashion (prix prohibitifs, amendes, etc.). En effet, plusieurs actrices font face aux mêmes difficultés et trois d'entre elles (Thaïs de méson, Florence de Pandri et Elisa de La Fripothèque) soulèvent le fait qu'il pourrait être intéressant de créer un réseau de la mode durable, parce que selon les termes de Pandri, « tout le monde rencontre les mêmes difficultés et il faut que les choses changent » (Entretien avec Florence Poudrier).

Toutefois, différentes réserves sont soulevées par les actrices. D'une part, certaines comprennent que des personnes puissent se diriger vers la fast fashion/ultra fast fashion dès lors que le vêtement étant considéré comme constituant pour une part l'identité du sujet, une personne ayant peu de moyens financiers et souhaitant porter des vêtements à la mode se tournera plutôt vers ces enseignes proposant un renouvellement constant des collections à des prix peu élevés. D'autre part, si certaines actrices souhaitent la disparition des marques de fast fashion et d'ultra fast fashion (comme c'est par exemple le cas de Florence de Pandri), d'autres soulèvent un questionnement plus macro (comme c'est le cas de Sophie de R-Use Fabrik, d'Ophélie d'Oh Fil Deleau et de l'actrice de la marque d'upcycling), s'inquiétant de ce qu'il adviendrait des ouvrières travaillant dans le modèle de la fast fashion si celui-ci venait à changer, l'actrice de la marque d'upcycling allant même jusqu'à dire que l'avenir de la mode ne se ferait pas sans ces marques et qu'il y aurait probablement une convergence entre fast et slow fashion.

5.2.6. L'établissement de nouveaux collectifs sociotechniques

Si ces alternatives peuvent exister c'est parce que s'établissent « de nouveaux collectifs sociotechniques assurant les fonctionnalités du nouvel ensemble obtenu une fois le retrait opéré » (Barbier & Trépos, 2007, cités dans Goulet & Vinck, 2022, p.12). En effet, sortir de la culture du jetable, ce n'est pas pour ces actrices simplement retirer les déchets textiles du modèle dominant de la fast fashion, c'est créer de nouveaux collectifs sociotechniques permettant de quitter l'achat et la production de textiles neufs en fast fashion et en ultra fast fashion pour aller vers l'utilisation de diverses filières (seconde main, réparation, upcycling, etc.) permettant de revaloriser de manières diverses des textiles renégociables en fonction de leur type (vêtements, tissus, chutes de tissus, rouleaux deadstock, etc.), de leur état (en bon état, abîmé mais réparable, abîmé, en trop mauvais état, etc.) et de leur catégorie (vêtements vintage, de marque, de fast fashion ou d'ultra fast fashion), cela sous des formats d'activités spécifiques (magasin physique, e-shop, cours, événements, etc.) et en étant assuré par une opérationnalisation (dons, collectes, tri, transport, etc.) associant différentes entités humaines (salariés, bénévoles, personnes en insertion socio-professionnelle, acteurs de soutien assurant des coachings, du lobbying, des financements, acteurs aidés par ces alternatives, etc.) et non-humaines (objets techniques comme du matériel de mercerie, des machines à coudre, etc.) ainsi qu'une mise en visibilité et une revalorisation des travailleurs, des consommateurs et des compétences. Sans toute cette construction de nouveaux collectifs sociotechniques, ces alternatives ne sont pas envisageables et ne permettent pas une bifurcation pour les textiles du modèle de la fast fashion leur permettant d'éviter la poubelle ainsi qu'un détachement vers un nouveau modèle d'habillement. Comme l'explique Dominique Vinck (2022), la création de ces collectifs n'est pas simple, car elle nécessite un réel réarrangement avec des retraits, des transformations, des ajouts, des combats, etc.

Le retrait partiel qui a été présenté précédemment est un retrait sociotechnique qui permet de s'éloigner techniquement de la culture du jetable grâce à son inscription dans un réseau d'actants divers, mais intrinsèquement ancré dans un retrait lié aux valeurs, car il s'agit de sortir de la conception que les textiles sont des objets que nous pouvons facilement jeter par la remise en question du modèle d'habillement dans son entièreté.

Il est finalement important de souligner le fait que, tout comme pour les techniques agricoles sans labour, il n'existe pas une seule façon de sortir de la culture du jetable, « mais de nombreuses manières selon le contexte et les trajectoires individuelles et collectives » (Triomphe, Goulet, Dreyfus & de Tourdonnet, 2007, cités dans Vankeerberghen & Stassart, 2016, p.393) (en fonction de la filière, de l'objectif du projet, etc.). Nous constatons toutefois de manière générale une volonté d'aller le plus loin possible dans la revalorisation textile et c'est au cours de leur trajectoire que les actrices développent cette volonté.

6. Biais et limites

Il est désormais important de faire le point concernant les principaux biais et limites de ce travail. Tout d'abord, le choix de travailler sur une question de recherche large nous a conduit à interroger les acteurs sur un grand nombre de thèmes et à devoir traiter par la suite une grande quantité d'informations, cela nous faisant dans un premier temps nous perdre dans les données en ne sachant pas comment les trier, ni distinguer l'important de l'accessoire. Le fait de passer par une analyse en catégories avec une systématisation sous forme de tableaux Excel nous a permis de clarifier nos idées et d'acquérir une démarche plus rigoureuse pour ensuite présenter les trajectoires des collectifs ainsi que l'analyse transversale dans la partie « Discussion et interprétation ».

Ensuite, lors de la réalisation des entretiens, étant donné que l'objectif était de questionner les acteurs concernant la trajectoire de leur collectif et de les amener dans le registre du récit, les entretiens étaient finalement à cheval entre l'entretien semi-directif et le récit de vie. En effet, les propos des acteurs ont été réinterprétés à la lumière de la totalité d'un parcours et ont donc probablement manqué de neutralité. De plus, étant donné que les acteurs sortaient parfois de la temporalité de la trajectoire lorsqu'ils nous répondaient, il était important de se laisser une marge d'interprétation en ce qui concerne l'appartenance de tel ou tel propos à l'une ou l'autre séquence. Cette manière de procéder a également provoqué avec certains acteurs des difficultés à lancer l'entretien (certains acteurs ne sachant pas comment raconter leur histoire) ou au contraire des difficultés à bien le cadrer (certains acteurs déviant sur d'autres sujets). Il est également important de rajouter le fait que certains termes du guide d'entretien n'étaient pas faciles à comprendre, comme l'idée de conception du vêtement, et ont nécessité des clarifications qui ont pu influencer certaines réponses des acteurs. Toutefois, au fur et à mesure de la réalisation des entretiens, nous avons gagné en expérience, cela nous permettant plus aisément de trouver des questions de relance, de rebondir sur les propos des acteurs et de recadrer les acteurs ayant tendance à dévier de notre sujet de recherche.

Le choix de croiser plusieurs cadres théoriques (perspective multi-niveaux, théorie de l'acteur-réseau et innovation par retrait) a, quant à lui, permis d'enrichir et de nuancer la recherche, mais a parfois créé des confusions dans les termes théoriques à mobiliser ainsi qu'un potentiel manque d'approfondissement pour l'un ou l'autre cadre théorique.

Enfin, au cours de l'analyse des entretiens, nous nous sommes rendu compte que le choix de certains acteurs n'était pas aussi pertinent que nous le pensions au départ. En effet, comme expliqué dans la partie « Méthodologie », nous avons réalisé qu'il existait deux catégories distinctes de collectifs parmi les acteurs interviewés : d'une part les collectifs ayant une ou deux femmes entrepreneuses à la base de leur création et d'autre part les collectifs institutionnalisés ancrés dans un mouvement social (Oxfam Belgique, Terre ASBL et CYCLUP). Afin d'obtenir un échantillon d'acteurs plus pertinent, il aurait pu être intéressant de sélectionner un échantillon plus homogène en ne se basant par exemple que sur des femmes entrepreneuses. Toutefois, les propos des collectifs institutionnalisés ont apporté une plus-value au travail, permettant de venir nuancer les propos des actrices et d'éclairer davantage les discussions et interprétations.

7. Conclusion

La non-durabilité croissante de l'industrie du textile et de l'habillement et ses conséquences sociales, environnementales et économiques désastreuses montrent la nécessité d'une transition de ce secteur vers un modèle plus vertueux que celui de la fast fashion. Toutefois, ce dernier étant ancré dans différents mécanismes de verrouillage (technologies, réglementations, etc.) rendant ce régime sociotechnique particulièrement stable, les changements sont sensiblement difficiles à effectuer (Geels & Kemp, 2012). Depuis quelques années, le traitement problématique des déchets textiles de ce modèle (incinération, mise en décharge ou exportation) pose de plus en plus question et pousse un nombre croissant d'acteurs à souhaiter s'en détacher en développant une niche sociotechnique proposant un autre devenir pour ces textiles et le modèle d'habillement sur lequel la fast fashion repose (production et consommation effrénées de vêtements devenant des objets facilement jetables).

Ces réflexions nous ont amenée à ancrer notre recherche dans un double cadre théorique : la perspective multi-niveaux nous permettant de considérer les transitions comme des processus non-linéaires (Geels & Kemp, 2012) avec des interactions entre le régime de la fast fashion, les niches se développant et le paysage sociotechnique (mondialisation, concurrence, réseaux sociaux, etc.) et l'innovation par retrait nous invitant à reconsidérer la théorie de l'acteur-réseau pour inclure de manière symétrique les humains et les non-humains ainsi que les attachements et les détachements (Goulet & Vinck, 2012). Nous nous sommes alors concentrée sur la question de recherche suivante : *« Comment certains acteurs se détachent-ils du modèle dominant de la fast fashion, en particulier pour la fin de vie des textiles, et quels sont les activités qu'ils proposent, les nouvelles trajectoires et nouveaux modes d'attachement et de détachement qu'ils construisent ? »*.

Cette tendance s'observant particulièrement dans la Région de Bruxelles-Capitale, environnement favorable étant donné le Programme régional en Economie circulaire (PREC) lancé en 2016 permettant l'accès à différentes aides (subsidés, formations, etc.), nous avons choisi de nous intéresser de plus près à cette zone géographique en rencontrant un total de dix acteurs représentatifs de cette région et cela au travers d'une enquête de terrain basée sur une approche qualitative de nature exploratoire. Les entretiens semi-directifs réalisés avec ces acteurs nous ont permis de distinguer deux catégories bien distinctes de collectifs : d'une part des femmes entrepreneuses ayant constitué ceux-ci de A à Z depuis leur création jusqu'à leur éventuelle reproblématisation ou expansion, sur lesquelles nous nous sommes davantage concentrée, et, d'autre part, trois collectifs institutionnalisés faisant partie d'un mouvement social (Oxfam Belgique, Terre ASBL et CYCLUP).

Les femmes entrepreneuses, primum movens des collectifs, ont décidé de se lancer à un moment donné de leur vie dans une alternative au modèle dominant (fast fashion/ultra fast fashion) souhaitant se détacher de la culture du jetable suite à une séquence de découverte et/ou d'apprentissage faisant débiter leur trajectoire et les poussant à reconsidérer leur manière de consommer ou de produire la mode et à souhaiter développer un projet. Pour certaines, il s'agissait d'une prise de conscience des conséquences de ces modèles, pour d'autres de la constatation d'un manque d'alternatives ou d'un besoin de créativité et pour d'autres encore un mélange de tous ces éléments. Est alors né chez ces actrices un point de passage à éviter, l'achat et la production de textiles neufs en fast fashion et en ultra fast fashion par la mise en avant de plusieurs périls (un péril environnemental, un péril social et un péril mêlant qualité et économie), mettant en évidence le fait que leur retrait permettrait de les combattre (Goulet & Vinck, 2012). En parallèle, est apparu un point de passage obligé, la revalorisation textile, qui s'est déclinée selon différentes logiques d'une actrice à l'autre : une logique impulsée par la demande en ciblant un public particulier, une logique poussée par l'offre en proposant une offre particulière et nouvelle en partant à la recherche d'un public pouvant être intéressé, une logique de réputation en

fondant le collectif sur des valeurs claires pour lui donner un image particulière ou encore une logique expérientielle souhaitant expérimenter sa créativité.

Au cours des trajectoires des actrices, la perception des déchets textiles est progressivement passée de textiles-déchets à des textiles constituant les matières premières des collectifs à partir desquelles les actrices ont développé leurs activités, sensibilisé les consommateurs et travaillé leur créativité, leurs connaissances et leurs compétences. Les textiles sont alors devenus des actants renégociables de multiples façons par les actrices par l'intermédiaire de différentes filières d'activités (seconde main, couture, réparation, upcycling et recyclage) venant se glisser entre les textiles et la poubelle (devenant un point de passage à éviter) et permettant une diversité de revalorisation grâce à la reconsidération des travailleurs, des consommateurs et des compétences, les frontières entre ces filières étant floues entre les actrices, mais aussi pour une même actrice. La prise en considération des trajectoires des collectifs institutionnalisés a permis de venir nuancer les filières, montrant que ceux-ci se concentrent sur des filières de début et de fin de chaîne (seconde main, exportation et recyclage) tandis que les actrices se concentrent plutôt sur des filières intermédiaires et viennent influencer les collectifs intentionnalisés souhaitant également développer des filières intermédiaires.

Ces filières d'activités ont été permises par le soutien d'activités opérationnelles (dons, dépôts-ventes, collectes, etc.), par l'inscription dans des formats d'activités spécifiques (magasin physique, e-shop, cours, etc.) et dans des activités de conscientisation permettant d'informer et de convaincre les consommateurs et le politique concernant les problématiques de l'industrie textile (sensibilisation et lobbying). Si ces femmes entrepreneuses sont parvenues à faire vivre, étendre et reconfigurer leur collectif, c'est aussi parce qu'elles ont mobilisé un nombre croissant d'alliés permettant une impulsion financière et entrepreneuriale (financements, incubateurs de projets et organismes spécialisés dans l'entrepreneuriat), la mise à disposition d'infrastructures, l'accroissement de leur personnel (salariés, bénévoles, personnes en insertion socio-professionnelle, etc.), l'intégration de nouveaux objets techniques (machines à coudre, matériel de mercerie, tringles, réseaux sociaux, sites Internet, etc.) et l'intéressement et l'enrôlement d'un nombre croissant de personnes constituant leurs publics. Les interactions et l'entraide entre ces actrices ont également permis l'extension de leurs activités.

Un écosystème se constitue alors progressivement, en rupture complète avec le modèle de l'ultra fast fashion, mais en retrait partiel de celui de la fast fashion. En effet, d'une part, les alternatives sont en continuité avec le modèle de la fast fashion sous forme d'une transformation au travers d'une bifurcation, reprenant les déchets textiles de ce modèle pour leur faire éviter la poubelle et prolonger leur vie. D'autre part, ces alternatives vont vers une insularisation progressive en termes de modèle d'habillement dans lequel ce qui compte, ce sont une production et une consommation plus responsables, de nouvelles valeurs (plus d'humain, de qualité, de local, de protection de l'environnement, etc.) et l'importance de revaloriser les compétences et de se constituer un réseau. Le vêtement y reste toutefois un élément constitutif de l'identité comme c'est le cas dans le modèle dominant et ce nouveau modèle permet de se singulariser encore davantage. Ces alternatives sont donc essentielles et il est important de les soutenir parce qu'elles montrent qu'il existe d'autres possibilités pour la fin de vie des déchets textiles du modèle dominant, mais aussi et surtout que, même si ces alternatives sont approvisionnées par ce modèle, l'idée n'est pas de le faire perdurer mais de progressivement se diriger vers un autre modèle.

Une ouverture intéressante émergeant de toutes ces réflexions est le fait de se demander si ce modèle pourrait arriver à un amas suffisant de textiles pour pouvoir tourner en autonomie sans plus aucun apport extérieur et sans production de textiles neufs (rendant ainsi les frontières imperméables avec le modèle de la fast fashion/ultra fast fashion) et pourrait donc alors fonctionner en circuit fermé. Il pourrait être intéressant de prolonger ce questionnement dans une recherche future.

8. Bibliographie

8.1. Sources consultées et citées

- Adamkiewicz, J., Kochańska, E., Adamkiewicz, I., & Łukasik, R. M. (2022). Greenwashing and sustainable fashion industry. *Current Opinion in Green and Sustainable Chemistry*, 38, 100710. doi: 10.1016/j.cogsc.2022.100710
- ADEME. (s.d.) *La mode sans dessus-dessous*. En ligne <https://multimedia.ademe.fr/infographies/infographie-mode-qqf/>, consulté 10 avril 2024
- Agence européenne des produits chimiques. (s.d.). *Comprendre REACH - ECHA*. En ligne <https://echa.europa.eu/fr/regulations/reach/understanding-reach>, consulté le 19 mai 2024
- Agence européenne pour l'environnement. (2024, avril 9) *Textiles*. En ligne <https://www.eea.europa.eu/en/topics/in-depth/textiles>, consulté le 12 avril 2024
- Alter, N. (1998). Action, culture et logiques d'innovation (Commentaire). *Sciences Sociales et Santé*, 16(1), 123-134. doi: 10.3406/sosan.1998.1421
- Alter, N. (2010). Chapitre 1. La trajectoire des innovations. In N. Alter, *L'innovation ordinaire* (pp. 5-39). Paris : Presses Universitaires de France. En ligne <https://www.cairn.info/l-innovation-ordinaire-9782130583530-p-5.htm>, consulté le 13 avril 2024
- Ammar, G., & Roux, N. (2009). Délocalisation et nouveau modèle économique : Le cas du secteur textile-habillement. *La Revue de l'Ires*, 62(3), 99-134. doi: 10.3917/rqli.062.0099
- Audet, R. (2015). Le champ des sustainability transitions : Origines, analyses et pratiques de recherche. *Cahiers de recherche sociologique*, 58, 73-93. doi : 10.7202/1036207ar
- Audet, R. (2016). Discours autour de la transition écologique. In M.-J. Fortin, Y. Fournis & F. L'Italien (Eds.), *La transition énergétique en chantier : les configurations institutionnelles et territoriales de l'énergie* (pp. 11-30). Québec : Presses de l'Université Laval.
- Bernard, H. (2024, 24 avril). PANDRI, troquez vos vêtements de seconde main à Bruxelles. *RTBF*. En ligne <https://www.rtf.be/article/pandri-troquez-vos-vetements-de-seconde-main-a-bruxelles-11364059>, consulté le 15 mai 2024
- Bhardwaj, V., & Fairhurst, A. (2010). Fast fashion: response to changes in the fashion industry. *The international review of retail, distribution and consumer research*, 20(1), 165-173. doi: 10.1080/09593960903498300
- Bornot, T. (Réalisateur). (2022, octobre 31). *Comment s'habiller sans détruire la planète ?* [Vidéo]. France : BLAST, Le souffle de l'info. En ligne <https://www.youtube.com/watch?v=NstTFKrZFMU>, consulté le 14 mars 2024
- Bosseler, J. (2024, 26 avril). L'économie sociale, à la fois dopée et malmenée par le business de l'occasion. *Le Soir*. En ligne <https://www.lesoir.be/583923/article/2024-04-26/leconomie-sociale-la-fois-dopee-et-malmenee-par-le-business-de-loccasion>, consulté le 4 août 2024
- Bouhafs, I. (2022). *La fabrique de la transition : Construire, diffuser et négocier le sens de la soutenabilité au sein des chaînes d'approvisionnement textile* (Thèse de doctorat). Université de Lille, Lille. En ligne <https://theses.hal.science/tel-03890105>, consulté le 4 août 2024
- Bovon, G. & Perrin, E. (Réalisateurs). (2020). *Fast Fashion – Les dessous de la mode à bas prix* [documentaire]. France : ARTE, Premières Lignes. En ligne <https://boutique.arte.tv/detail/fast-fashion-les-dessous-de-la-mode-a-bas-prix>, consulté le 2 août 2024

- Brewer, M. K. (2019). Slow Fashion in a Fast Fashion World : Promoting Sustainability and Responsibility. *Laws*, 8(4), 24. doi: 10.3390/laws8040024
- Brossais, E., Panissal, N., & Garcia-Debanc, C. (2014). Analyses plurielles d'un débat entre élèves. Émergence d'une méthode d'analyse thématique-argumentative. *Cahiers de recherche sociologique*, 54, 113-140. doi: 10.7202/1025995ar
- Bruxelles Environnement. (2022, mai 5). *PREC - Programme régional d'Économie circulaire*. En ligne <https://environnement.brussels/citoyen/nos-actions/plans-et-politiques-regionales/be-circular-programme-regional-deconomie-circulaire>, consulté le 15 juillet 2024
- Bruyaux, M. (2022, 30 novembre). Pourquoi les vêtements sont-ils de plus en plus de mauvaise qualité? *Metrotime*. En ligne <https://www.metrotime.be/fr/en-vrai/pourquoi-les-vetements-sont-ils-de-plus-en-plus-de-mauvaise-qualite>, consulté le 1^{er} août 2024
- Businaro, S. (5 janvier, 2024). Vente de vêtements de seconde main : Une double TVA de 21% qui pose problème. *RTBF*. En ligne <https://www.rtb.be/article/vente-de-vetements-de-seconde-main-une-double-tva-de-21-qui-pose-probleme-11287622>, consulté le 3 mai 2024
- Cachon, G. & Swinney, R. (2011). The Value of Fast Fashion : Quick Response, Enhanced Design, and Strategic Consumer Behavior. *Management Science*, 57(4), 778-795. doi: 10.1287/mnsc.1100.1303
- Callon, M. (1986). Éléments pour une sociologie de la traduction : La domestication des coquilles Saint-Jacques et des marins-pêcheurs dans la baie de Saint-Brieuc. *L'Année Sociologique* 36 (1986), 169-208. En ligne <http://www.jstor.org/stable/27889913>, consulté le 1^{er} août 2024
- Centre Public d'Action Sociale de la Ville de Bruxelles. (s.d.). *CYCLUP - Atelier—Boutique*. En ligne <https://cpasbxl.brussels/?p=91>, consulté le 15 mai 2024
- Commission européenne. (2022, 30 mars). *Communication de la commission au parlement européen, au conseil, au comité économique et social européen et au comité des régions : Stratégie de l'Union européenne pour des textiles durables et circulaires*. En ligne <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX:52022DC0141>, consulté le 5 août 2024
- Compaoré, J. (2019). *Les offres alternatives à la fast fashion : acteurs, projets et stratégies. Une analyse en Région de Bruxelles-Capitale* (Mémoire de master). Université Libre de Bruxelles, Bruxelles. En ligne https://mem-envi.ulb.ac.be/Memoires_en_pdf/MFE_18_19/MFE_Compaore_18_19.pdf, consulté le 3 août 2024
- De Groote, A. (2021, 27 juillet). *Que devient votre vêtement lorsque vous en faites don ?* En ligne sur le site web COSH! <https://cosh.eco/fr/articles/fichier-deuxieme-main-dans-le-long-cours-des-dechets-textiles>, consulté le 3 mai 2024
- Demain Sélection. (s. d.). *À propos*. En ligne <https://demainselection.com/pages/a-propos-1>, consulté le 15 mai 2024
- Deraeck, R. (2020). *Guide pratique des tissus : compositions, spécificités et usages en couture*. Paris : Mango.
- De Schutter, O. (2017). *Mobilisations citoyennes et transition écologique. Changer la société sans prendre le pouvoir*. Collège Belgique, Namur, le 15 mars 2017. En ligne <https://lacademie.tv/uploads/lectures/college-belgique-de-schutter-1532017.pdf>, consulté le 15 mars 2024

- Dorkenoo, D. (20 juillet, 2021). *Comment faire don de ses vêtements éco-responsablement?* En ligne sur le site web COSH! <https://cosh.eco/fr/articles/donner-des-vetements-et-des-textiles-doccasion>, consulté le 3 mai 2024
- Dupont, O. (2023, 28 avril). *Environnement et développement : dimensions sociales, économiques, culturelles, institutionnelles, juridiques et politiques : IV. Le cadre communautaire européen de la gestion de l'environnement*. Document non publié, notes de cours, Université de Liège, Campus Arlon environnement.
- Falcone, P. M. (2014). Sustainability Transitions : A Survey of an Emerging Field of Research. *Environmental Management and Sustainable Development*, 3(2). doi : 10.5296/emsd.v3i2.6239
- Feyereisen, M. (2013). *FaiRebel, du lait au projet équitable. Analyse du réseau socio-technique d'une innovation pour une transition à deux échelles* (Mémoire de master). Université de Liège, Liège. En ligne <https://orbi.uliege.be/handle/2268/155816>, consulté le 14 juillet 2024
- Flourens, M. (2023, novembre 7). *Fast fashion : Définition, industrie de la mode et slow fashion*. En ligne sur le site web d'Oxfam France <https://www.oxfamfrance.org/agir-oxfam/fast-fashion-et-slow-fashion-impacts-definitions/>, consulté le 14 mai 2024
- Fondation Ellen MacArthur. (s. d.). *Circular economy introduction*. En ligne l'adresse <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/topics/circular-economy-introduction/overview>, consulté le 7 mars 2024
- Fondation Ellen MacArthur. (2017). *A new textiles economy: redesigning fashion's future*. En ligne <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/A-New-Textiles-Economy-Full-Report-Updated-1-12-17.pdf>, consulté le 6 mars 2024
- Gaglio, G. (2021). Chapitre premier. Une innovation, de nouvelles pratiques sociales. In G. Gaglio, *Sociologie de l'innovation* (2e éd.) (pp. 7-37). Paris : Presses Universitaires de France. En ligne <https://www.cairn.info/sociologie-de-l-innovation--9782715408944-p-7.htm>, consulté le 1^{er} août 2024
- Garnier, J. (2024, avril 11). Les jeans de Zara et H&M participent à la destruction des forêts du Cerrado au Brésil. *Le Monde.fr*. En ligne https://www.lemonde.fr/planete/article/2024/04/11/zara-et-h-m-contribuent-avec-leurs-jeans-a-la-deforestation-du-cerrado-au-bresil_6227162_3244.html, consulté le 3 août 2024
- Geels, F. W. (2002). Technological transitions as evolutionary reconfiguration processes: A multi-level perspective and a case study. *Research Policy*, 31(8–9), 1257–1274. doi: 10.1016/S0048-7333(02)00062-8
- Geels, F.W. (2011). The multi-level perspective on sustainability transitions: Responses to seven criticisms. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 1(1), 24-40. doi: 10.1016/j.eist.2011.02.00
- Geels, F.W., & Kemp, R. (2012). The multi-level perspective as a new perspective for studying socio-technical transitions. In F.W. Geels, R. Kemp, G. Dudley, & G. Lyons (Eds.), *Automobility in Transition? A Socio-Technical Analysis of Sustainable Transport* (pp. 49-79). Londres : Routledge.
- Geels, F. W., & Schot, J. (2007). Typology of transition pathways. *Research Policy*, 36, 399-417. doi: 10.1016/j.respol.2007.01.003
- GEIE Alliance Environnement. (2007, juillet). *Evaluation des impacts sur l'environnement des mesure de la PAC relatives au coton*. En ligne

https://agriculture.ec.europa.eu/document/download/5dbc9ab8-3ea8-454c-9dcb-d865d3523c6b_en?filename=ext-eval-coton-annex_2007_en.pdf, consulté le 19 avril 2024

- Godin, B. (2015). *Innovation Contested : The Idea of Innovation Over the Centuries*. Londres : Routledge.
- Goulet, F., & Vinck, D. (2012). L'innovation par retrait. Contribution à une sociologie du détachement. *Revue française de sociologie*, 53(2), 195. doi: 10.3917/rfs.532.0195
- Goulet, F., & Vinck, D. (2022). Introduction. In Goulet, F., & Vinck, D. (Eds.), *Faire sans, faire avec moins : les nouveaux horizons de l'innovation* (pp. 9-20). Paris : Presses des Mines, Collection Sciences sociales.
- Hackett, T. (2015). A Comparative Life Cycle Assessment of Denim Jeans and a Cotton T-Shirt : The Production of Fast Fashion Essential Items From Cradle to Gate (Mémoire de master). Université du Kentucky, Lexington. En ligne https://uknowledge.uky.edu/mat_etds/9, consulté le 1^{er} août 2024
- Henry, B., Laitala, K., & Klepp, I. G. (2019). Microfibres from apparel and home textiles : Prospects for including microplastics in environmental sustainability assessment. *Science of The Total Environment*, 652, 483-494. doi: 10.1016/j.scitotenv.2018.10.166
- Hoogma, R., Kemp, R., Schot, J. & Truffer, B. (2002). *Experimenting for Sustainable Transport. The Approach of Strategic Niche Management*. London: Spon Press.
- IA School. (s. d.). *Quel est le rôle de l'Intelligence artificielle dans la mode ?* En ligne <https://www.intelligence-artificielle-school.com/alternance-et-entreprises/secteur-d-activite/quel-est-le-role-de-lintelligence-artificielle-dans-la-mode/>, consulté le 1^{er} août 2024.
- Jacometti, V. (2019). Circular economy and waste in the fashion industry. *Laws*, 8(4), 27. doi: 10.3390/laws8040027
- Jardillier, A. (2018). *L'économie circulaire dans l'industrie textile*. Paris : Institut National de l'Economie Circulaire. En ligne <https://institut-economie-circulaire.fr/wp-content/uploads/2018/10/focus-textile-sept-2018.pdf>, consulté le 30 juillet 2024
- Kemp, R., Schot, J., & Hoogma, R. (1998). Regime Shifts to Sustainability Through Processes of Niche Formation : The Approach of Strategic Niche Management. *Technology Analysis & Strategic Management*, 10(2), 175-195. doi: 10.1080/09537329808524310
- Khalfon, S. (Réalisateur). (2023, 13 février). *Fast Fashion : Une mode condamnable ?* [Vidéo]. France : ARTE. En ligne <https://www.youtube.com/watch?v=9aOD6QsYWLk>, consulté le 11 mars 2024
- La face sombre du marché de la seconde main* [Reportage]. (2022, octobre 24). France : Euronews. En ligne <https://fr.euronews.com/2022/10/24/la-face-sombre-du-marche-de-la-seconde-main>, consulté le 4 mai 2024
- La Fripothèque, le seconde main stylé et solidaire* [Vidéo]. (s.d.). Belgique : Vivacité, Prenons-en de la graine. En ligne <https://auvio.rtbef.be/media/vivre-ici-la-fripotheque-le-seconde-main-style-et-solidaire-3150213>, consulté le 15 mai 2024
- Lehoux, M., & Ruiz, N. (2020). *Guide de la mode écoresponsable*. Paris : Mango.
- Le journal des femmes. (2021, 27 décembre). *H&M : Histoire, actus et collabs du géant de la fast fashion*. En ligne <https://www.journaldesfemmes.fr/mode/conseils-mode/2755067-hm-histoire-du-mastodonte-de-la-fast-fashion/>, consulté le 3 août 2024
- Le Morvan, M. (2019). *La mode « Made in Ethique »* (Mémoire de master). Université de Genève, Genève. En ligne

- https://www.unige.ch/collegetheologie/application/files/9316/1000/6593/00148_01_prix2020-lemorvan-marion.pdf, consulté le 2 août 2024
- Lepla, C. (2024, mai 30). L'UE interdit désormais la destruction des vêtements invendus. *The Conversation*. En ligne <http://theconversation.com/lue-interdit-desormais-la-destruction-des-vetements-invendus-230525>, consulté le 5 août 2024
- Les Amis de la Terre France. (2023, juin). *Quand la mode surchauffe*. En ligne <https://www.amisdelaterre.org/wp-content/uploads/2023/06/decryptage-fast-fashion-vdef.pdf>, consulté le 1^{er} août 2024
- Les Echos Start. (2018, juin 20). *L'histoire de H&M, géant du textile en quête de rebond*. En ligne <https://start.lesechos.fr/societe/culture-tendances/lhistoire-de-hm-geant-du-textile-en-quete-de-rebond-1176653>, consulté le 2 août 2024
- Lopez, J., & Bellanger, E. (Réalisateur). (2018, décembre 13). *Black Friday : Pourquoi s'habiller pollue la planète* [Vidéo]. France : Le Monde. En ligne <https://www.youtube.com/watch?v=3DdU7c66E9g>, consulté le 2 août 2024
- Markard, J., Raven, R., & Truffer, B. (2012). Sustainability transitions: An emerging field of research and its prospects. *Research Policy*, 41(6), 955–967. doi: 10.1016/j.respol.2012.02.013
- Mélar, F. (2023, 12 octobre). *Etudes sociales des sciences et des techniques : La sociologie de l'acteur réseau (ANT) – 1/2*. Notes de cours, Université de Liège, Campus Arlon environnement, Arlon.
- mésion brussels. (s. d.). *Les fondations de mésion*. En ligne <https://www.mesionbrussels.be/pages/les-fondations-de-mesion>, consulté le 15 mai 2024
- Moulinet-Govoroff, M. (2020). *Mode manifeste : s'habiller autrement*. Paris : Editions de la Martinière.
- Muséum national d'Histoire naturelle. (s.d.). *Depuis quand porte-t-on des vêtements ?* En ligne <https://www.mnhn.fr/fr/depuis-quand-porte-t-on-des-vetements>, consulté le 11 août 2024
- Muylaert, C. (2023). *Dévoiler les verrouillages aux changements de pratiques habituelles de consommation pour mieux les dépasser et favoriser le déploiement de l'économie de la fonctionnalité dans le secteur de l'habillement* (Thèse de doctorat). Université de Liège, Liège. En ligne <https://orbi.uliege.be/handle/2268/304810>, consulté le 3 août 2024
- Observatoire Régional des Déchets et de l'Economie Circulaire en Occitanie. (s.d.). *Textiles, linge de maison, chaussures*. En ligne https://www.ordeco.org/dechets/textiles-linges-chaussures-tlc?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTAAR2jwq4Ux2dH491zhrwcJfP9Yq-0Cf5I6KZGe3vkrBBc7iy8ysvCYPTDyQM_aem_AXO5B1u5okpfPsq55RzzwgtDRThiz911BK4yr23_zcXLjfXfJWDWIXGV1bu9napm4hsFwPfr0dRBVSukHljoa0j, consulté le 3 mai 2024
- Oh Fil Deleau. (s.d.) *À propos*. En ligne <https://ohfildeleau.be/fr/a-propos/>, consulté le 15 mai 2024
- Oxfam Belgique. (s.d.). *Nous sommes Oxfam*. En ligne <https://oxfambelgique.be/>, consulté le 15 mai 2024
- Paillé, P., & Mucchielli, A. (2021). Chapitre 1. Choisir une approche d'analyse qualitative. In P. Paillé, & A. Mucchielli, *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales* (5e éd.) (pp. 13-36). Paris : Armand Colin. En ligne <https://www.cairn.info/l-analyse-qualitative-en-sciences-humaines--9782200624019-p-13.htm>, consulté le 14 juillet 2024
- Parlement européen. (2018, 22 novembre). *Microplastiques : Sources, impact et solutions*. En ligne <https://www.europarl.europa.eu/topics/fr/article/20181116STO19217/microplastiques-sources-impact-et-solutions>, consulté le 31 juillet 2024

- Parlement européen. (2020, 29 décembre) *Production et déchets textiles : les impacts sur l'environnement (infographies)*. En ligne <https://www.europarl.europa.eu/topics/fr/article/20201208STO93327/production-et-dechets-textiles-les-impacts-sur-l-environnement-infographies>, consulté le 8 mars 2024
- Parlement européen. (2023, 27 avril). *Fast fashion: des règles plus strictes pour lutter contre la surproduction*. En ligne <https://www.europarl.europa.eu/news/fr/press-room/20230424IPR82040/fast-fashion-des-regles-plus-strictes-pour-lutter-contre-la-surproduction>, consulté le 5 août 2024
- Pereira, L., Carvalho, R., Dias, Á., Costa, R., & António, N. (2021). How Does Sustainability Affect Consumer Choices in the Fashion Industry? *Resources*, 10(4), 38. doi: 10.3390/resources10040038
- Pin, C. (2023). *LIEPP Fiche méthodologique n°3 : L'entretien semi-directif*. Fiche méthodologique, SciencesPo, Paris. En ligne <https://sciencespo.hal.science/hal-04087897/document>, consulté le 5 mai 2025
- Pizzuto, A. (s.d.). *H&M, géant de la fast-fashion*. En ligne sur le site web de Marie Claire <https://www.marieclaire.fr/histoire-hm,1345449.asp>, consulté le 1^{er} août 2024
- Prijot, S. & Verbeke, Y. (Réalisateur). (2018). *La vie d'une petite culotte* [Documentaire]. Belgique : Lea Productions et Wallonie Image Production. En ligne <https://auvio.rtb.be/media/la-vie-d-une-petite-culotte-2925800>, consulté le 19 mars 2024
- Ramade, F (Réalisateur). (2021, mars 20). *Quand la planète s'habille* [Emission de télévision]. France : Arte, Le Dessous des Cartes. En ligne <https://www.youtube.com/watch?v=1XmhVgTr4Y0>, consulté le 10 avril 2024
- Ressources.be. (s. d.). *A propos*. En ligne <https://www.res-sources.be/fr/a-propos/>, consulté le 13 août 2024
- Ressources.be. (s. d.). *Filière Textiles*. En ligne <https://www.res-sources.be/fr/textiles/>, consulté le 3 mai 2024
- Rodríguez, C., Kalem Mcquillan, C. & Segarra-Saaavedra, J. (2021). Sustainability Communication as a Sales and Social Change Tool: Fast Fashion Vs Slow Fashion. *Revista de Comunicación de la SEECI* (54): 17-37. doi: 10.15198/seeci.2021.54.e667
- Roussel, C. (s.d.). *C'est quoi l'ultra fast-fashion ?* En ligne sur le site web de Marie Claire. <https://www.marieclaire.fr/ultra-fast-fashion,1453956.asp>, consulté le 1^{er} août 2024
- R-Use Fabrik. (s.d.). *Boutique*. En ligne <https://www.r-use.be/>, consulté le 29 juillet 2024
- Sbai, M. (2018). *Une mode éthique est-elle possible ?* Paris : Rue de l'échiquier.
- Schot, J., & Geels, F. W. (2008). Strategic niche management and sustainable innovation journeys : Theory, findings, research agenda, and policy. *Technology Analysis & Strategic Management*, 20(5), 537-554. doi: 10.1080/09537320802292651
- Shadel, J. D. (2022, 25 février). What is Ultra Fast Fashion? Investigating Why It's Ultra Bad. *Good On You*. En ligne <https://goodonyou.eco/ultra-fast-fashion/>, consulté le 1^{er} août 2024
- SPF Santé publique. (2023, février 20). *Vêtements*. En ligne <https://www.health.belgium.be/fr/vetements>, consulté le 15 avril 2024
- Stassart, P. (2023). *Théories et gestion des transitions écologiques : Perspective Multiniveaux_Geels Schot*. PowerPoint, Université de Liège, Campus Arlon environnement, Arlon.

- Stassart, P. (2023). *Théories et gestion des transitions écologiques : Perspective Multiniveaux_Stassart insularisation Dumont co existence*. PowerPoint, Université de Liège, Campus Arlon environnement, Arlon.
- Terre asbl. (s. d.). *Qui sommes-nous*. En ligne <https://www.terre.be/qui-sommes-nous>, consulté le 15 mai 2024
- Thirifay, C. (2021). *Analyse de l'évolution de l'industrie du textile et de l'habillement et du phénomène de fast-fashion vers un modèle d'économie circulaire, du côté des entreprises comme des consommateurs* (Mémoire de master). ICHEC Brussels Management School, Bruxelles. En ligne https://cataloguebibliotheque.ichec.be/doc_num.php?explnum_id=248, consulté le 3 août 2024
- Thiry, M. (2023). « *Comment lutter contre la fast fashion et le greenwashing associé face à un cadre juridique lacunaire ?* ». *Le cas de l'Union européenne et des initiatives du secteur de la mode*. Travail non publié, Université de Liège, Campus Arlon Environnement, Arlon.
- Triomphe, B., Goulet, F., Dreyfus, F., & de Tourdonnet, S. (2007). Du labour au non-labour: pratiques, innovations et enjeux du Sud au Nord. In R. Bourrigaud & F. Sigaut (Eds.), *Nous labourons* (pp. 371–384). Nantes: Centre d'Histoire du Travail.
- Turker, D., & Altuntas, C. (2014). Sustainable supply chain management in the fast fashion industry : An analysis of corporate reports. *European Management Journal*, 32(5), 837-849. doi: 10.1016/j.emj.2014.02.001
- Vankeerberghen, A., & Stassart, P. M. (2016). The transition to conservation agriculture : An insularization process towards sustainability. *International Journal of Agricultural Sustainability*, 14(4), 392-407. doi: 10.1080/14735903.2016.1141561
- Veillard, P. (2018, décembre). *Slow fashion : définition, cartographie des acteurs et actrices en Belgique et positionnement d'OXFAM – Magasins du monde*. Bierges : Oxfam-magasins du monde. En ligne https://oxfammagasinsdumonde.be/content/uploads/2020/11/OMM-Slow-fashion_WEB.pdf, consulté le 4 juin 2024
- Velasco-Molpeceres, A., Zarauza-Castro, J., Pérez-Curiel, C., & Mateos-González, S. (2023). Slow Fashion as a Communication Strategy of Fashion Brands on Instagram. *Sustainability*, 15(1). doi: 10.3390/su15010423
- Vinale, H. (2024, juin 20). 43% des vêtements achetés en ligne et renvoyés sont... détruits par les marques : « Ça se produit depuis des décennies ». *RTL Info*. En ligne <http://www.rtl.be/actu/decryptage-rtl-info/43-des-vetements-achetes-en-ligne-et-renvoyes-sont-detruits-par-les-marques-ca/2024-06-20/article/682001>, consulté le 31 juillet 2024
- Vinck, D. (Réalisateur). (2022, 22 août). *Dominique Vinck : Faire sans, faire avec moins: les nouveaux horizons de l'innovation* [Vidéo]. France : Origens Medialab. En ligne https://www.youtube.com/watch?v=mZmb__hkElo, consulté le 2 août 2024
- Voora, V., Bermudez, S., Farrell, J. J., Larrea, C., & Luna, E. (2023). *Rapport sur les marchés mondiaux : Prix du coton et durabilité*. International Institute for Sustainable Development (IISD). En ligne <https://www.jstor.org/stable/resrep47420>, consulté le 15 juin 2024
- Wakim, N. (2024, février 27). *REDIFF : Comment s'habiller sans détruire le climat et la biodiversité ?* [Podcast]. France : Le Monde, Chaleur humaine. En ligne <https://open.spotify.com/episode/4lz58Yw907fQQQiziLnqmv>, consulté le 31 juillet 2024
- World Wildlife Fund. (s.d.). *Agriculture durable : coton*. En ligne <https://www.worldwildlife.org/industries/cotton>, consulté le 18 avril 2024

8.2. Sources consultées, mais non-citées

- AchACT et Média Animation. (2024). *Fast fashion : quelles conditions de travail se cachent derrière les vitrines de nos rues commerçantes ?* [Exposition]. Namur : AchACT et Média Animation.
- Agence européenne de l'environnement. (2022, 10 février). *Textiles et environnement : Le rôle du design dans l'économie circulaire européenne*. En ligne <https://www.eea.europa.eu/publications/textiles-and-the-environment-the/textiles-and-the-environment-the>, consulté le 18 avril 2024
- Agostino, M. (2021). *Comment optimiser la gestion de la fin de vie des articles dans l'industrie de la mode? Analyse comparative des business models déployés dans la slow fashion et la fast fashion* (Mémoire de master). Université de Liège, Liège. En ligne <https://matheo.uliege.be/handle/2268.2/11716>, consulté le 13 avril 2024
- Saltel, D. (Réalisatrice). (2020, septembre 24). *Fast-fashion ou coton bio, peut-on s'habiller sans polluer ?* [podcast]. France : ARTE Radio Podcast, Vivons heureux. En ligne https://www.youtube.com/watch?v=gtwT4K_UVHI, consulté le 13 avril 2024
- Barlatier, P.-J. (2018). Chapitre 7. Les études de cas. In P.-J. Barlatier, *Les méthodes de recherche du DBA* (pp. 126-139). Caen : EMS Editions. doi: 10.3917/ems.cheva.2018.01.0126
- Callon, M., & Law, J. (1997). L'irruption des non-humains dans les sciences humaines : Quelques leçons tirées de la sociologie des sciences et des techniques. In *Les limites de la rationalité. Tome 2* (p. 99-118). Paris : La Découverte. doi: 10.3917/dec.reyna.1997.01.0099
- Dahl, R. (s.d.). *Slow fashion : la nécessaire transition de l'industrie du textile et de l'habillement*. Bruxelles : Centre Jacky Morael. <https://ecolo.be/wp-content/uploads/2022/04/Les-cahiers-du-CJM-Slow-Fashion-BAT.pdf>, consulté le 13 avril 2024
- Delbecque, E., & Fayol, J.-R. (2018). Chapitre 1. Mondialisation et nouveaux paramètres des affaires. In Delbecque, E., Fayol, J.-R. (dir.), *Intelligence économique* (2^e éd.) (pp. 5-60). Paris : Vuibert.
- Delouche, E. (2022, août 31). *Qu'est-ce que l'upcycling ?* En ligne sur le site web Oxfam France <https://www.oxfamfrance.org/magasins/upcycling-reparer-et-customiser-ses-vetements/>, consulté le 14 avril 2024
- De Sardan, J.-P. O. (1995). La politique du terrain. *Enquête, 1*, 71-109. doi: 10.4000/enquete.263
- Ecoconso. (2022, octobre 19). *Comment éviter de jeter ses vêtements à la poubelle (trop vite) ?* En ligne <https://www.ecoconso.be/fr/content/comment-eviter-de-jeter-ses-vetements-la-poubelle-trop-vite>, consulté le 14 avril 2024
- Fletcher, K. (2014). *Mode et textiles durables*. Londres et New York : Routledge.
- Gordon, Jennifer Farley, and Colleen Hill. (2015). *Sustainable Fashion: Past, Present, and Future*. London: Bloomsbury.
- Goulet, F., & Vinck, D. (2016). Expansion des innovations par retrait : éléments de caractérisation et de réflexion. *Courrier de l'environnement de l'Inra*, 66 (avril 2016), 35-42. En ligne <https://core.ac.uk/download/pdf/77159134.pdf>, consulté le 15 juillet 2024
- Hub.brussels. (s.d.) *Economie circulaire à Bruxelles*. En ligne <https://hub.brussels/fr/economie-circulaire-bruxelles/>, consulté le 25 avril 2024
- Jehin, A. (2019, août 8). *Slow fashion : Un autre rapport au vêtement*. En ligne sur le site web Economie Sociale <https://economiesociale.be/conso/slow-fashion-un-autre-rapport-au-vetement>, consulté le 3 août 2024

- Maillefert, M. & Robert, I. (2017). Nouveaux modèles économiques et création de valeur territoriale autour de l'économie circulaire, de l'économie de la fonctionnalité et de l'écologie industrielle. *Revue d'Economie Régionale & Urbaine*, 5, 905-934. doi: 10.3917/reru.175.0905
- McDonald, M., Normandin, D., & Sauvé, S. (2016). *L'économie circulaire : Une transition incontournable*. Montréal : Presses de l'Université de Montréal. doi : 10.4000/books.pum.4151
- Pookulangara, S., & Shephard, A. (2013). Slow fashion movement : Understanding consumer perceptions—An exploratory study. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 20(2), 200-206. doi: 10.1016/j.jretconser.2012.12.002
- Wese, V. (2022, 2 juin). Ces Belges qui offrent une alternative responsable à la fast fashion. *RTBF*. En ligne <https://www.rtb.be/article/ces-belges-qui-offrent-une-alternative-responsable-a-la-fast-fashion-10918695>, consulté le 20 avril 2024
- Zuboff, S. (2018). *L'âge du capitalisme de surveillance*. Honfleur : Zulma.

9. Annexes

9.1. Annexe 1 : méthodologie de sélection des acteurs

| Légende | Couleurs |
|---|----------|
| Collectifs rencontrés | |
| Collectifs avec réponse négative, délais trop longs ou sans réponse | |
| Collectifs non contactés | |

| Collectifs | Activités |
|--|---|
| Catégorie 1 : couture et création | |
| Oh Fil Deleau (Bruxelles) | Marque de couture et de création |
| Catégorie 2 : seconde main | |
| Sous-catégorie 1 : collectifs indépendants | |
| Ozer Concept (Bruxelles) | Boutique de seconde main qui propose des vêtements qualitatifs et de marque |
| Demain Sélection (Bruxelles) | E-shop de vêtements de seconde main pour enfants |
| Hérésie (Bruxelles) | Boutique vintage de seconde main, propose des vêtements vintages, à la mode et à des prix accessibles |
| Causette (Bruxelles) | Boutique qui propose des vêtements de seconde main |
| Lady Dandy (Bruxelles) | Boutique vintage de seconde main qui propose des produits de luxe |
| Sous-catégorie 2 : collectifs solidaires (reliés à des associations) | |
| Oxfam Belgique (Siège social, centre de tri textile, magasins et bulles à Bruxelles) → À l'échelle belge et mondiale | Organisation non gouvernementale faisant partie de la confédération internationale Oxfam et proposant notamment la vente de vêtements de seconde main |
| Les Petits Riens (Siège social à Bruxelles et de nombreux magasins en Région bruxelloise, mais aussi ailleurs en Belgique) → À l'échelle belge | Entreprise d'économie sociale Elle collecte, trie et vend des articles de seconde main dont des vêtements, met des bulles à vêtements à disposition des citoyens pour donner leurs vêtements usagés |
| La Fripothèque → À l'échelle de Bruxelles | ASBL qui lutte contre la précarité étudiante en proposant à la vente des vêtements de seconde main vintage |
| Sous-catégorie 3 : troc | |
| Pandri (Bruxelles) | ASBL organisant des événements autour du troc de vêtements pour femmes et enfants |
| Catégorie 3 : upcycling | |
| Sous-catégorie 1 : marques | |
| méson (Bruxelles) | Marque d'upcycling à partir de déchets textiles |
| Retro Reset (Bruxelles) | Réalisation de vêtements et accessoires upcyclés à partir de tissus vintages et de seconde main en collaboration avec différentes marques |
| Isatio (Bruxelles) | Marques d'upcycling |
| Label Jaune made by Les Petits Riens | Marque d'upcycling créée par les Petits Riens |
| MaryPup (Bruxelles) | Marque qui vend des vêtements de pluie réalisés avec des parapluies cassés |
| Luz by Luz (Bruxelles) | Marque féministe, engagée et durable d'accessoires et de vêtements upcyclés |
| Simple by Juliette Pailieux (Bruxelles) | Marque d'upcycling créant des vêtements à partir de tissus inutilisés |
| Yuso (Bruxelles) | Marque d'upcycling de luxe de sacs en cuir |
| Billie Kaviar (Bruxelles) | Marque d'upcycling |
| Fingers in the Wool (Bruxelles) | Marque d'upcycling récupérant des laines pour en faire des pulls et des bonnets |
| Valalab (Brabant wallon) | Marque de vêtements upcyclés avec des linges de maison |
| Sous-catégorie 2 : propose autre chose autour de l'upcycling : ateliers, consultation, etc. | |
| Marque d'upcycling et organisation d'ateliers (anonymat demandé) (Bruxelles) | Marque de vêtements et d'accessoires upcyclés qui se concentre aujourd'hui sur l'organisation d'ateliers d'upcycling, de couture et de réparation |
| The UpCycling Lab (Bruxelles) | Ateliers, consultation et sensibilisation autour de l'upcycling |
| Les cadavres exquis (Bruxelles) | Atelier de revalorisation textile, service de création, cours d'upcycling |
| Couture Club | Projet de mode durable, ateliers autour de la réparation et de l'upcycling |
| Catégorie 4 : recyclage | |
| Lucid (Bruxelles) | Marque belge qui propose des vêtements en matières recyclées (coton et polyester) |
| L'ASBL Terre (Siège social à Herstal, mais points de vente et bulles de vêtements à Bruxelles et collabore avec des projets à Bruxelles) | Association active dans la réutilisation et le recyclage de textiles |
| Nuoceans (Bruxelles) | Marque qui crée des sandales à partir de tongs recyclés |
| Catégorie 5 : collectifs utilisant le déchet comme un matériau d'apprentissage | |
| CYCLUP | Projet d'insertion socio-professionnelle, géré par l'ASBL Job Office en partenariat avec le CPAS de Bruxelles, proposant de la revalorisation textile et de meubles |
| ASBL Robin Hook | ASBL textile qui organise des ateliers pour adultes et enfants, stages et workshops autour de la création textile et de la créativité, de la protection de la planète et de l'humain |
| Catégorie 6 : collectifs mêlant de multiple projets autour du textile | |
| R-Use Fabrik (Bruxelles) | ASBL revalorise les déchets textiles au travers de multiples activités : une mercerie écoresponsable, des cours (couture, broderie, crochet, etc.), un atelier de réparation des vêtements, l'entretien des machines ainsi qu'un service de location de machines, une friperie, un atelier de confection spécialisé en upcycling et un e-shop |
| La Green Fabric (Bruxelles) | Expérimentation autour du textile, workshops, coworking créatif et mercerie de seconde main |
| Catégorie 7 : autres types de collectifs (collectifs « aidants », politiques, etc.) (Catégorie non prise en compte) | |
| Yuman (Bruxelles) | Magasins écoresponsables bruxellois qui proposent des produits et services circulaires, proposent des bacs de récupération de vêtements pour alimenter différentes marques qui font notamment de l'upcycling (MaryPup, Fingers in the Wool, Be the Fibre, Resto Reset) |
| Fédération Ressources | « Représente les entreprises sociales et circulaires du secteur de la réutilisation des biens et des matières » (Res-sources, s.d.-a) (entreprises comme R-Use Fabrik, lieu où j'ai fait mon stage) |
| Hub.brussels (cluster Circlemade) (Bruxelles) | Organe facilitateur entre la Région de Bruxelles-Capitale et les entreprises circulaires |
| Réseau Entreprendre Bruxelles (Bruxelles) | Coache les entrepreneurs à Bruxelles |
| Denuo | Fédération belge du recyclage et de la gestion des déchets |
| Kaya | Coalition belge des éco-entrepreneurs |
| Be Circular | Initiative de la Région de Bruxelles-Capitale pour un obtenir un financement pour les projets circulaires |
| Centexbel | Centre scientifique et technique de l'industrie textile belge |

9.2. Annexe 2 : guide d'entretien

Question de recherche : « Comment certains acteurs se détachent-ils du modèle dominant de la fast fashion, en particulier pour la fin de vie des textiles, et quelles sont les activités qu'ils proposent, les nouvelles trajectoires et nouveaux modes d'attachement/de détachement qu'ils construisent ? »

Format de l'entretien : inviter la personne rencontrée à raconter son histoire sous forme de trajectoire, par exemple en lui donnant une feuille blanche et un crayon/bic, et lui demander qu'elle fasse une ligne du temps avec les grandes étapes et dates importantes, intérêt au départ et de quoi elle a dû se libérer progressivement autour de cette idée de stop au jetable et rebondir sur ses propos pour aborder les thématiques ci-dessous

Histoire et évolution

- 1) Origine, motivations (écologique, économique, sociale, éthique, etc. ?) et objectifs derrière le projet
- 2) Grandes phases de développement/d'évolution (séquences)
- 3) Difficultés et opportunités rencontrées
- 4) Apprentissages

Fonctionnement

- 5) Type de collectif
- 6) Différents rôles ? Employés ? Bénévolat ?
- 7) Mode de financement/Aides pour tenir
- 8) Partenaires/tissu d'acteurs impliqués ?

Valeurs et missions

- 9) Valeurs (philosophie), missions et stratégies
- 10) Revendications politiques ? Vos demandes pour faciliter vos activités ?

Localisation

- 11) Pourquoi Bruxelles ?

Fast fashion/ultra fast fashion

- 12) Principaux problèmes de la fast fashion contre lesquels vous souhaitez lutter ?
- 13) Sur quels aspects principaux vous distinguez-vous de ce modèle et quelles stratégies avez-vous mises en place pour cela ? Des aspects à conserver ?
- 14) La concurrence qui naît dans la fast fashion (notamment activités de seconde main et de recyclage) affecte-t-elle vos activités ?
- 15) Et qu'en est-il de l'arrivée de l'ultra fast fashion ?

Revalorisation textile/pratiques

- 16) Quels types d'activités ?
- 17) Quels types de textiles/vêtements ? Origine ?
- 18) Comment est organisé le processus de production/de récupération ?
- 19) Quelle conception/approche du vêtement ?
- 20) Quels soutiens/acteurs/matériaux sont utiles/nécessaires pour ce genre d'activité ?
- 21) Quelle hiérarchie pour la revalorisation textile ? Toujours plus de revalorisation ?
- 22) Une activité porte-parole pour cette revalorisation ?
- 23) Bénéfices et inconvénients de votre activité ?

Mode alternative

- 24) Comment définiriez-vous le modèle/la démarche dans lequel/laquelle vous vous situez ?
- 25) Qu'en est-il des frontières entre fast fashion et mode alternative ?
- 26) Concurrence ou complémentarité entre les alternatives ?
- 27) Portez-vous d'autres combats ?

Public

- 28) Quel(s) type(s) de public est/sont intéressés(s) ?
- 29) Observez-vous une coévolution de l'offre et de la demande ? Tiré par la demande ?

Perspectives

- 30) Aspirations : quel futur pour le collectif ? Agrandissement ? Pour la fast fashion ? Pour la mode ?
- 31) Difficultés et aides pour l'avenir ?

Question de clôture : si vous aviez une baguette magique, que feriez-vous ?

9.3. Annexe 3 : entretien codé Pandri

52 **Marie** : Et au niveau des événements, ça se passait comment ?

53

54 **Smin**

55 **Florence** : Et donc là on a fait le dernier événement dimanche, en fait. C'était le tout dernier

56 maintenant on se concentre sur l'ouverture de la boutique. Mais comment ça se passait ? Les

57 participants achetaient un ticket à l'avance, s'inscrivaient à l'événement. Et donc venait le jour J avec

58 10 pièces. Donc c'était 10 pièces par ticket. Et on vérifiait le jour J tous les vêtements apportés. Donc

59 on avait des bénévoles qui venaient nous aider. Et donc on vérifiait chaque pièce, qu'il n'y ait pas de

60 taches, pas de trous, qu'elles sont en bon état, etc.

61

62 **Marie** : Et dans le cas où les pièces étaient abîmées, vous ne preniez pas pour le troc ?

63

64 **Florence** : C'est ça. Et donc du coup, si elles ne répondaient pas aux critères, à ce moment-là, on

65 proposait aux participants soit de reprendre leurs vêtements, soit de les laisser dans notre boîte à

66 dons. Et alors nous, on a aussi une collaboration derrière avec d'autres associations où on donne du

67 coup des vêtements.

68

69 **Marie** : Quelles associations ?

70

71 **Florence** : On a travaillé avec CYCLUP et le magasin gratuit.

72

73 **Marie** : C'est quoi ce magasin gratuit ?

74

75 **Florence** : C'est un magasin gratuit, c'est un magasin qui se situe près de la Porte de Halles où tout est

76 gratuit. Il porte bien son nom. Et donc ils ont souvent besoin de dons aussi. Et donc une fois le tri et la

77 sélection des pièces faite, on pouvait annoncer le nombre de points que la personne avait à dépenser.

78 Et donc voilà, il ou elle faisait son tour dans l'offre et repartait avec les vêtements sélectionnés. Et

79 alors les points qui n'étaient pas dépensés, si on repartait avec moins de points que ce qu'on avait

80 apporté, ils restaient valables pour un événement suivant.

81

82 **Marie** : D'accord. Et les personnes qui sont à l'événement, vous pouvez obligatoirement acheter un

83 ticket ?

84

85 **Florence** : Oui oui oui. On avait commencé avec un ticket simple à 10 euros. Et puis il y a un an et demi,

86 on a augmenté le prix du ticket à 12 euros. Puisqu'on peut amener 10 pièces, on trouvait assez ok de

87 dire 12 euros pour 10 pièces échangées. C'est 1,20 euros par pièce, ça va. Et on a aussi rajouté, donc

88 c'était que femmes au début, et maintenant on a rajouté aussi les enfants, enfin bébé-enfants. Et

89 donc à ce moment-là, il y avait moyen d'acheter une place double pour avoir accès à la catégorie

90 femmes et enfants. Ou que la catégorie enfants d'ailleurs. Et donc à ce moment-là, c'était un ticket

91 combiné pour les deux à 18 euros.

92

93 **Marie** : Et je me demandais, qu'est-ce que vous a fait ouvrir aux enfants ? C'est parce que vous voyiez

94 qu'il y avait des gens qui étaient intéressés ?

95

96 **Florence** : Oui, on avait beaucoup de demandes pour ça. Et c'est vrai que ça a du sens aussi de troquer

97 des vêtements pour enfants, dans le sens où on vient avec des vêtements 2 ans et on repart avec des

98 vêtements pour 3 ans. Et donc ça a vraiment du sens. Après on était assez surpris quand même que

99 ça n'ait pas plus de succès non plus que ça, parce qu'on avait eu beaucoup de demandes. Mais une

100 fois que ça a été mis en place, ça reste quand même le troc femmes qui reste le plus demandé quoi,

101 le plus utilisé. Mais je pense que c'est aussi lié au fait que pour les enfants, il y a déjà beaucoup de

102

1 **Retranscription entretien Pandri**

2

3 **Marie** : Et donc, en fait, l'objectif, c'est vraiment de comprendre, en fait, donc déjà, qui tu es, et qu'est-

4 ce qui a fait que Pandri a commencé à exister, et un peu comprendre de quoi c'est venu, et un peu

5 tout le chemin jusqu'à aujourd'hui. Et alors, pour ça, en fait, j'ai un petit guide d'entretien où j'ai des

6 questions que je vais te poser. Mais en fait, je veux aussi demander, en fait, comme l'idée, c'est

7 vraiment de comprendre de quoi c'est venu, et tout le cheminement, de faire peut-être une petite

8 ligne du temps pour expliquer comment les choses se sont passées.

9

10 **Florence** : Ok.

11

12 **Marie** : Si les dates ne sont pas précises, c'est pas grave, mais c'est pour avoir une idée, en fait, ou, de

13 savoir de quoi c'est venu, et vraiment comprendre le cheminement.

14

15 **Florence** : Ok. Alors, ce que je sais, dans la ligne du temps sûre, c'est qu'on a lancé l'ASBL, enfin créé

16 l'ASBL en 2019.

17

18 **Marie** : D'accord.

19

20 **Florence** : Donc ça, c'est déjà une date, c'est sûr. Et moi, l'idée de ce truc de troc de vêtements m'est

21 venue quelques mois avant ça.

22

23 **Marie** : D'accord.

24

25 **Florence** : Donc, ça va quand même faire 5 ans maintenant. Et donc, d'où c'est venu. À l'époque, j'étais

26 déjà fort dans la seconde main, et tout ça, et donc je me posais pas mal de questions par rapport à ça.

27 Et puis, j'ai vu un documentaire qui expliquait un petit peu plus en détails ce qui se passait avec tous

28 nos vêtements de seconde main qu'on donnait dans les bennes, etc. Un peu la face cachée du don,

29 qui explique qu'en fait, il y a beaucoup qui va quand même encore bien, et qui n'est pas utilisé, en fait,

30 localement. Et donc, je me suis dit qu'il fallait quand même, il y a peut-être moyen de trouver une

31 solution avant ça, de ne pas tout mettre dans des bennes, mais essayer de localement d'abord de

32 réutiliser aussi nos vêtements. Et donc, j'ai cherché quelqu'un avec qui lancer ce projet. C'est Delphine

33 et moi qui avons créé le projet et lancé le projet en 2019. Et alors, on a commencé le 13 juin, je pense,

34 quelque chose comme ça, en 2019, le tout premier troc en fait, qui était à Ixelles. Parce qu'on s'est dit

35 au départ, on ne va pas tout de suite ouvrir une boutique, on va d'abord essayer sous forme

36 d'événement, pour voir si le public est prêt pour ça et s'il y a de l'intérêt. Parce que c'était quand

37 même un concept complètement nouveau et bizarre. Et donc, on s'est dit, on va commencer d'abord

38 comme ça. Et puis finalement, 5 ans plus tard, on a toujours fait des événements. Et ça a en fait pris

39 assez vite. D'abord entre nos amis, et puis les amis de nos amis, et puis petit à petit, ces deux dernières

40 années, il y a vraiment des personnes complètement inconnues qui ont commencé à venir, et notre

41 projet a commencé à avoir un peu plus d'ampleur et être plus connu. Et donc là, on s'est rendu compte,

42 il y en a un an, on a fait un peu le topo, et on s'est dit, là, on est dans quelque chose d'un peu semi-

43 professionnel. Donc, soit on passe à la vitesse supérieure, soit on doit trouver une autre manière de

44 faire. Mais en tout cas, comme ça, un peu bricolage, ça n'allait plus pour ce que ça avait pris comme

45 ampleur. Et donc, c'est ça qu'il y a un an maintenant, on a été accompagnés dans un incubateur, dans

46 un groupe qui s'appelle Greenlab. Ça, c'était il y a deux ans maintenant, peut-être même depuis le

47 temps, je ne sais plus. Et donc là, on a, grâce à tout ce programme, on a développé l'idée qu'on a

48 aujourd'hui d'ouvrir une boutique qui sera ouverte toute l'année, mais avec le même principe de troc

49 de vêtements aussi, quand même. Mais donc, ce n'est plus un événement où il faut être là le jour J.

50 Voilà, c'est un truc ouvert toute l'année quoi.

51

- 103 **don** et on se donne plus facilement des vêtements enfants les uns aux autres déjà de base, de manière organique, et donc c'est peut-être un peu moins difficile.
- 104
- 105
- 106 **Marie** : D'accord. Et alors, je me demandais, comment est-ce que vous attribuez les points ? Vous acceptez tout type de vêtements ? Que ce soit des pantalons, des dessous ? Et tout type de marques, que ce soit fast fashion, etc. ?
- 107
- 108
- 109
- 110 **Florence** : Alors oui, le type de point, les points, on les a attribués en fonction du type de vêtement. Basé un peu sur le prix d'un vêtement en magasin, le ratio est quand même toujours un peu le même.
- 111 Un pantalon, ça vaut souvent 3 t-shirts, peu importe le prix du t-shirt ou du pantalon à la base, mais c'est souvent un ratio de 1 à 3 par exemple. Donc on a utilisé le même principe. Jusqu'à il y a un peu, on ne faisait pas de différence au niveau des marques. On se disait, ça reste de la seconde main, donc peu importe si c'est une belle marque ou pas. Mais là, on a quand même eu une volonté, on a instauré ça il y a 6 mois, on a eu une volonté de quand même améliorer la qualité de notre offre et surtout de valoriser les belles marques. Et donc on a lancé la catégorie qu'on a appelée Étuxue, qui est pour éthique et luxe. Et donc là, les points de ces marques-là sont doublés. Pour quand même se dire, quand quelque un vient avec un pantalon d'une marque éthique qui est quand même plus cher, mais aussi du coup plus robuste et qui tient plus dans le temps, ça on a envie de valoriser aussi et de faire en sorte que ça aussi, ça ait plus de valeur dans l'échange. Et en parallèle de ça, on a aussi maintenant arrêté d'accepter l'ultra fast fashion donc Primark, Shein et Boohoo et tout ça, on n'accepte plus.
- 120
- 121 **Marie** : Et c'était à partir de quand ça ? Ça aussi il y a 6 mois ?
- 122
- 123
- 124
- 125
- 126 **Florence** : Oui, c'est ça, il y a quelques mois.
- 127
- 128 **Marie** : Et je me demandais, vous savez au niveau des dates, le troc enfant, quand vous avez commencé ça ?
- 129
- 130
- 131 **Florence** : Je ne sais plus par quoi. Je crois que c'est il y a 2 ans. Il faudrait que je vérifie.
- 132
- 133 **Marie** : C'est juste pour avoir une petite idée. Et alors, je me demandais, est-ce qu'il y a eu... Donc ici, il va y avoir un magasin qui va ouvrir et donc il va rester sur ce même principe de points ?
- 134
- 135
- 136 **Florence** : De troc oui, tout à fait. Donc exactement le même. Et le nombre de points reste le même. Donc un t-shirt avec un... Avec 3 t-shirts, on repart avec 1 pantalon, donc c'est vraiment exactement le même principe. C'est juste que maintenant, ce sera une boutique, donc il n'y aura plus ce système de devoir payer son entrée, parce qu'un événement, évidemment, c'est faisable. Mais là, payer une entrée pour aller dans une boutique, c'est un peu étrange. Et donc du coup, le billet d'entrée est remplacé par un frais d'échange. Et donc par pièce qu'on va emporter, on va payer un petit supplément de frais d'échange, qui sera aussi proportionnel au type de vêtements comme les points.
- 141
- 142
- 143
- 144 **Marie** : Et alors ? Et vous allez proposer autre chose dans cette boutique ?
- 145
- 146 **12min27s**
- 147
- 148 **Florence** : Oui, on aimerait bien un peu élargir notre offre en fonction de la place qu'on arrive à de comment on arrive à agencer le tout. Mais on aimerait beaucoup rajouter déjà une partie hommes c'est sûr. Et alors aussi peut-être intégrer tout ce qui est accessoires : sacs, bonnets, écharpes, etc.
- 149
- 150
- 151
- 152 **Marie** : Oui, toujours fonctionner en troc pour tout ce que vous proposez.
- 153
- 154 **Florence** : Oui, tout, toujours en troc.
- 155
- 156 **Marie** : Et je me demandais, est-ce que vous avez rencontré des difficultés ou des opportunités particulières pendant tout ça ? Des aides ?
- 157
- 158
- 159 **Florence** : Des aides, oui, ça certainement. Dans tout ce qui est développement durable, l'économie circulaire, il y a énormément d'aides, de subsides, de coachings disponibles. Donc ça, on a été très très fort soutenu là-dedans. Et d'ailleurs, c'est grâce à un subside de la Loterie Nationale que là, on a eu un peu l'impulsion financière pour lancer la boutique. Sinon, je n'aurais jamais pu le faire. Donc clairement, des opportunités, de l'aide, il y en a énormément.
- 161 **Marie** : Oui, vous savez me dire un petit peu les autres aides ?
- 162
- 163 **Florence** : Les autres ? Du coup, nous, on a aussi été aidés par le Greenlab pour vraiment la mise en place de tout le projet.
- 164
- 165 **Marie** : Oui, et vous auriez expliqué ce que c'est exactement le Greenlab ?
- 166
- 167 **Florence** : C'est un incubateur d'entreprises. Donc l'idée, c'est de venir avec un projet d'entrepreneuriat, d'entreprise à développer. Et c'est tous les mercredis soirs un cours, enfin un cours, une formation autour de différentes thématiques de l'entrepreneuriat, de l'entreprise, etc. Et donc c'est pendant plusieurs mois, comme ça, des formations en groupe. Tout le monde vient avec des projets un peu différents et on s'entraide.
- 171
- 172 **Marie** : Et donc, tous les projets autour du développement durable ?
- 173
- 174 **Florence** : Ici, c'est spécifique, oui. Ici, effectivement, le Greenlab, c'est spécifique développement durable, tout à fait.
- 175
- 176 **Marie** : Et alors ? Et il y a quoi d'autre qui vous a aidé à vous développer ?
- 177
- 178
- 179 **Florence** : Dans les autres trucs, on a aussi, du coup, pour le plan financier, on a le coaching via Village Finance, qui est aussi une aide à l'entrepreneuriat. Elle a fait tout le plan financier avec nous. Et il y a plein d'autres appels à projets auxquels on a répondu, on n'a pas toujours été sélectionnés. Voilà. Et puis, il y a toutes les autres aides. Le 18-19, par exemple, qui est un centre d'aide aux indépendants, qui répond très bien à toutes les questions un peu plus techniques, etc. Et puis, on a été aussi aidé par hub Brussels, qui est l'aide, en plus, à tout ce qui est commercial à Bruxelles, pour la localisation de la boutique, etc. Elle est plus spécifique liée à la gestion et à l'ouverture de boutiques.
- 187
- 188 **Marie** : D'accord. Et oui, et je me demandais, quand vous organisez les événements, c'était des espaces que vous louez à différents endroits ?
- 189
- 190
- 191 **Florence** : Oui. Et donc, là, on était, par exemple, dernièrement au Grand Hospice, qui est une occupation temporaire d'un bâtiment. Et donc, on louait un espace de stockage et ça ne coûte pas trop cher. Et alors, il y avait une salle plus grande à côté où on installait notre troc les jours de troc.
- 192
- 193 **Marie** : Ok. Et alors, les trocs, c'était tous les combien de temps ?
- 194
- 195 **Florence** : Une fois par mois.
- 196
- 197 **Marie** : Une fois par mois depuis 2019.
- 198
- 199 **Florence** : C'est ça.
- 200
- 201
- 202
- 203
- 204

| | | |
|-----|--|--|
| 205 | | |
| 206 | Marie : Et alors, oui. Et je me demandais, est-ce que vous avez rencontré plutôt des difficultés ? | |
| 207 | | |
| 208 | | |
| 209 | 16min40s | |
| 210 | Florence : Les difficultés... Je pense que le plus difficile, ça a été d'expliquer le concept et de faire comprendre le concept aux participants. | |
| 211 | | |
| 212 | | |
| 213 | Marie : Et vous utilisiez quoi comme terme ? Comment vous expliquez les choses pour que ce soit bien clair ? | |
| 214 | | |
| 215 | | |
| 216 | Florence : En fait, ce qui est assez marrant, c'est qu'en fait, le troc est vieux comme le monde, donc tout le monde connaît le concept du troc. Je crois que sur le principe, tout le monde comprenait assez vite, comprenait assez vite. Mais c'était plus sur le fait de devoir payer une entrée, alors qu'il n'y avait pas d'échange d'argent ensuite. C'était juste l'échange de vêtements. Et ça, c'était parfois un petit peu compliqué à faire comprendre aussi. Et au troc même, c'est parfois un petit peu compliqué d'expliquer le type de vêtements qu'on recherche. Parce que du coup, on n'accepte pas tout le temps tout. Et parfois, parce que ce n'est pas spécialement au goût du jour, ou juste on sait que ça ne va pas partir d'expérience. Et donc ça, c'est parfois un peu compliqué d'expliquer aux gens quand ils ne sont pas d'accord. Mais sinon, je pense qu'à part ça, expliquer un petit peu ce concept de points, et qu'on se fait un crédit, qu'on peut les réutiliser plus tard, c'est des choses un peu compliquées à expliquer verbalement. Après, une fois que les gens venaient, ils le faisaient, ils le vivaient, c'était clair. Comme l'eau de roche et tout le monde revenait. Mais au début, c'était un peu la plus grande difficulté. C'était clairement ça. Et puis trouver aussi un local, ça reste quand même quelque chose de très compliqué quand on est dans des projets avec moins de moyens financiers. Trouver quelque chose dans des projets, des locaux qui sont quand même un petit peu conviviaux, c'est un peu compliqué quand même. Avec un plus petit budget. | |
| 220 | | |
| 221 | | |
| 222 | | |
| 223 | | |
| 224 | | |
| 225 | | |
| 226 | | |
| 227 | | |
| 228 | | |
| 229 | | |
| 230 | | |
| 231 | | |
| 232 | | |
| 233 | Marie : Oui, parce que le format de la structure, c'est une ASBL, c'est ça ? | |
| 234 | | |
| 235 | Florence : Oui, c'est ça. | |
| 236 | | |
| 237 | Marie : Et alors, vous êtes bénévoles dans l'ASBL ? | |
| 238 | | |
| 239 | Florence : Oui. | |
| 240 | | |
| 241 | Marie : Et vous êtes combien de personnes ? | |
| 242 | | |
| 243 | Florence : On est deux administratrices qui travaillons vraiment sur la stratégie et le développement de projets. Sandrine et moi, on est deux. Et lors de chaque événement, on avait l'aide de 3-4 bénévoles qui venaient juste pour le troc et qui étaient sur l'événement mais qui derrière ne travaillaient pas pour le projet. Et donc l'idée avec la boutique, c'est de générer assez de rentrées d'argent pour pouvoir payer une personne dans la gestion et le développement du projet. | |
| 244 | | |
| 245 | | |
| 246 | | |
| 247 | | |
| 248 | | |
| 249 | Marie : Oui, et donc après ça, vous avez aussi votre propre travail ? | |
| 250 | | |
| 251 | Florence : Non, jusqu'à il y a peu, oui. Et puis l'idée là, c'était justement de se lancer là-dedans à 100%. | |
| 252 | | |
| 253 | Marie : Et ce serait vous alors qu'il y avait la boutique ? | |
| 254 | | |
| 255 | Florence : Oui. | |
| 256 | | |
| 257 | | |
| 258 | | |
| 259 | | |
| 260 | 20min29s | |
| 261 | Florence : C'est ça, on a été deux à créer le projet en 2019 avec Delphine. Ensuite, il y a deux autres personnes qui se sont rajoutées dans l'équipe. On a été quatre à un moment, Marie et Sophie. Et puis, elles ont toutes eu d'autres projets personnels à côté et professionnels qui ont fait qu'elles n'avaient plus de temps à dégager pour ça. Donc, elles ont quitté le projet. Et donc, c'est Sandrine qui a repris tout ça avec moi à ce moment-là. Il y a quand même quelques années maintenant. Et donc, c'est là qu'on a aussi déménagé. Enfin, on a été au Grand Hospice, on a lancé le troc pour enfants et puis on a développé tout ce projet d'aujourd'hui de la boutique qui est clairement un projet à Sandrine et moi. | |
| 262 | | |
| 263 | | |
| 264 | | |
| 265 | | |
| 266 | | |
| 267 | | |
| 268 | | |
| 269 | | |
| 270 | | |
| 271 | Marie : Oui, vous m'avez dit que comme personnes avec lesquelles vous travaillez, enfin les partenaires, parfois c'était le magasin gratuit où il y avait CYCLUP. Est-ce qu'il y a d'autres partenaires ? | |
| 272 | | |
| 273 | | |
| 274 | | |
| 275 | Florence : Pour le moment, non. On n'a pas vraiment de partenariats ou de collaborations installées de manière pérenne, mais c'est quelque chose qu'on aimerait quand même peut-être faire à un moment ou l'autre. | |
| 276 | | |
| 277 | | |
| 278 | | |
| 279 | Marie : Oui, développer un peu ça. Et oui, je me demandais à la fin des événements s'il restait des vêtements qui n'étaient pas échangés par exemple, est-ce que vous les gardiez ? | |
| 280 | | |
| 281 | | |
| 282 | Florence : Oui, on a un stock de vêtements qui est là et qu'on réutilise à chaque fois. On a deux ou trois cents pièces de stock de base. | |
| 283 | | |
| 284 | Marie : Et vous les stockez ? | |
| 285 | | |
| 286 | | |
| 287 | Florence : Oui donc là du coup, on est au Grand Hospice, on loue à l'année un petit local de stockage dans lequel on laisse nos vêtements entre les événements et puis on met tout en place et on sort toutes les tringales pour les mettre dans le plus grand local d'événements une fois par mois. | |
| 288 | | |
| 289 | | |
| 290 | | |
| 291 | Marie : Et alors, je me demandais l'origine des vêtements. C'est plutôt des particuliers qui venaient ? | |
| 292 | | |
| 293 | Florence : Oui, complètement. Quand on a eu le tout premier troc, on a juste demandé aux amis autour de nous de donner des vêtements à l'avance mais contre des points aussi. Comme ça, ça nous a fait un stock de base et on a créé facilement un stock de 200 pièces. Finalement, il fallait demander 10 pièces à 20 amis et c'était réglé et ça a été super vite. Et depuis, ça tourne avec ça. | |
| 294 | | |
| 295 | | |
| 296 | | |
| 297 | | |
| 298 | Marie : Et dans votre projet, l'idée c'est aussi d'amener une approche différente du vêtement ? | |
| 299 | | |
| 300 | Florence : Oui, c'est dans l'idée aussi surtout d'avoir une garde-robe circulaire, une garde-robe tournante dans le sens où chez nous, on aurait moins de vêtements dans notre garde-robe, mais qu'on serait plus dans le partage et créer une énorme garde-robe partagée où on pourrait, à chaque fois qu'on en a un peu marre de sa garde-robe, venir avec 5-10 pièces et les échanger contre des nouvelles mais être plus dans le partage au lieu d'acheter du nouveau. Parce qu'on ne porte finalement que 1 tiers de sa garde-robe et donc on se dit que c'est un peu dommage de ne pas utiliser les 2 tiers restants, autant les valoriser et les ramener quelque part où d'autres personnes pourraient être intéressées. | |
| 301 | | |
| 302 | | |
| 303 | | |
| 304 | | |
| 305 | | |
| 306 | | |

- 307 **Marie** : C'est un peu ça les termes que vous utiliserez pour définir votre projet ? Parce que l'objectif de mon mémoire c'est de comprendre les termes qui sont utilisés par les gens et les définitions qu'ils mettent derrière. Quels termes vous mettriez sur le modèle ou la démarche ?
- 308
- 309
- 310
- 311
- 312 **Florence** : C'est un peu les termes bateau, mais on est clairement dans un projet circulaire, circuit court et local. Dans l'idée de circulaire dans le sens où on ramène des vêtements pour repartir avec d'autres, c'est assez facile à comprendre. Et du local et circuit court dans le sens où on échange avec son voisin au lieu de par exemple passer par Vinted où ça vient parfois de très très loin, ça parcourt des kilomètres aussi ce qui est parfois un peu insensé. Et local parce qu'on ouvre la boutique à Bruxelles au Châtelain puisque c'est là que notre public cible de base est. Mais on aimerait bien ouvrir peut-être à terme d'autres boutiques et à ce moment-là permettre d'aller dans différentes boutiques à Bruxelles ou en Belgique pour pouvoir troquer ses vêtements.
- 313
- 314
- 315
- 316
- 317
- 318
- 319
- 320
- 321 **Marie** : Et vous êtes le seul projet pour le moment de troquer à Bruxelles ?
- 322
- 323 **Florence** : Oui.
- 324
- 325
- 326
- 327
- 328
- 329 **Florence** : Je pense qu'au début oui c'était clairement un concurrent assez fort. Mais j'ai l'impression que dans notre public, Vinted est utilisé de manière un peu plus consciente qu'avant. Ou on va pour des choses très spécifiques et qu'on sait qu'on en a besoin. Et alors ce côté local facile de pouvoir aussi essayer le vêtement le voir, le toucher de chez nous clairement on a un gros avantage par rapport à Vinted. Donc cette concurrence je la vois plus comme une complémentarité qu'avant.
- 330
- 331
- 332
- 333
- 334
- 335 **Marie** : Et justement je me demandais aussi par rapport aux autres alternatives qui existent ici à Bruxelles autour de la seconde main, est-ce que vous voyez ça plutôt comme une complémentarité ?
- 336
- 337
- 338 **Florence** : Oui clairement parce qu'au plus il y a de services et d'offres dans ce secteur-là, au plus on peut aussi avoir de l'importance et au plus le secteur peut grandir. Et on crée une sorte d'écosystème autour de ça et je pense que ce qui va faire en sorte qu'un maximum de personnes vont faire la transition vers une mode plus durable, c'est que c'est le jour où ce service sera facile, simple, rapide et disponible partout. Et donc je pense qu'au plus on est, au mieux c'est.
- 339
- 340
- 341
- 342
- 343
- 344 **Marie** : Et donc je me demandais avec l'arrivée de l'ultra fast fashion, je me demandais, comme vous avez mis en place des choses justement pour ne plus accepter ça, c'est parce que vous avez vu qu'il y avait une dégradation de la qualité ?
- 345
- 346
- 347
- 348 **Florence** : Oui, on avait de plus en plus de pièces Primark et Shein qui rentraient et il y a rien à faire, c'est quand même pas super qualitatif et en fait ça ne fonctionne pas pour la seconde main. Et donc on s'est dit qu'on allait arrêter ça. Et puis au-delà de la qualité, il y a aussi tout le problème qu'on connaît au niveau social et environnemental qui ne sont pas ok et on n'a pas envie de donner plus d'importance à ça.
- 349
- 350
- 351
- 352
- 353
- 354 **Marie** : Et donc j'avais une question par rapport à quels sont selon vous les principaux problèmes de la fashion et les aspects sur lesquels vous vous distinguez ?
- 355
- 356
- 357 **Florence** : Il y en a tellement ! Il n'y a rien qui va en fait. Il n'y a pas de bon truc. Parce que c'est un peu lié à tellement de problèmes sociétaux derrière, de création de désir et de plaisir qui ne devraient pas en être. Je pense que toutes les problématiques sont de base liées à une surconsommation. Et je pense que si on a ce problème de surconsommation, on peut essayer de le diminuer, ça diminue énormément de problèmes qui en découlent derrière. Je pense que si je dois en choisir un c'est surtout, mais quelque chose de plus sociétal. On a été éduqués un peu à ça, au plus on a, au plus on est important, au plus on peut montrer qu'on a des choses. Donc cette philosophie de l'avoir et de la propriété qui fait très très envie.
- 358
- 359
- 360
- 361
- 362
- 363
- 364
- 365
- 366
- 367 **Marie** : Et c'est ça en fait que vous essayez un peu de contrer ?
- 368
- 369 **Florence** : Oui c'est ça, un peu de se dire bah au lieu d'acheter neuf, essayons plutôt d'échanger et d'utiliser les vêtements non portés par d'autres personnes. Essayons d'avoir moins chez nous. Et le désir de changer de garde-robe est tout à fait légitime et de se dire que parfois, on en a marre de ses vêtements, on veut autre chose et c'est pas du tout grave. Mais on n'est peut-être pas obligé de à chaque fois créer, produire du nouveau quoi. Donc ça c'est clairement aussi un de nos points forts et de nos missions pour Pandri, de proposer une solution simple efficace à ça.
- 370
- 371
- 372
- 373
- 374
- 375 **Marie** : Et alors je me demandais, oui donc l'idée c'est de savoir aussi c'est est-ce que vous essayez toujours d'aller vers plus de revalorisation des vêtements ?
- 376
- 377
- 378 **Florence** : Ça oui, c'est un de nos objectifs aussi de développement à l'avenir, c'est d'essayer de proposer la réparation du vêtement en plus, proposer vraiment une expérience mode durable 360° comme on dit à chaque fois entre nous, où on peut venir réparer son vêtement qui est un peu cassé on peut venir donner des vêtements qui ne sont plus en état d'être portés, mais peut-être nous derrière en collaboration avec des designers ou autres faire de l'upcycling et faire en sorte qu'on leur donne une seconde vie d'une manière ou d'une autre. Ou même dans l'isolation, enfin il y a énormément d'autres solutions complètement en dehors de la mode qui émerge. De l'isolation qui se fait maintenant à partir de textiles. Ça peut être aussi des solutions pour des vêtements qui sont vraiment plus utilisables, au lieu d'aller les brûler. Ça oui clairement c'est quelque chose qu'on aimerait faire. Après là on se concentre sur l'ouverture de la boutique et que le fonctionnement du troc fonctionne. Et puis une fois que ça s'est mis en place, oui on a plein d'autres souhaits aussi pour émanciper le consommateur par rapport à cette mode sur-consommatrice et polluante par des cours de couture, de réparation, petite réparation, c'est bête mais savoir repriser une tresse, recoudre un bouton et remplacer une tresse, ça peut déjà permettre d'éviter beaucoup de déchets, ça évite de se débarrasser de vêtements qui sont très bons, mais juste en fait on sait plus coudre quoi voilà.
- 379
- 380
- 381
- 382
- 383
- 384
- 385
- 386
- 387
- 388
- 389
- 390
- 391
- 392
- 393
- 394 **Marie** : Et je me demandais, est-ce que vous diriez qu'il y a une activité un peu porte-parole de la revalorisation ? Est-ce que vous diriez que c'est votre activité ou est-ce que dans ce qui est proposé, est-ce que vous avez l'impression qu'il y a quelque chose qui se démarque un peu plus ?
- 395
- 396
- 397
- 398 **Florence** : Une voix un peu plus politique ?
- 399
- 400
- 401 **Marie** : Oui peut-être une voix un peu plus politique ou qui est peut-être plus développée ou qui permet plus d'avancer ?
- 402
- 403 **Florence** : Une sorte de conseil communal ? Non, c'est vrai que ça n'existe pas encore. C'est vrai qu'on se connaît un peu dans le secteur et qu'on a déjà pas mal travaillé ensemble, enfin on s'est retrouvé à certaines choses, mais sans jamais s'organiser quoi.
- 404
- 405
- 406
- 407 **Marie** : Il n'y a pas vraiment de réseau ?

459 **Marie** : Et alors oui je me demandais, comment ce que vous avez développé ça à Bruxelles ?

460

461 **Florence** : Simplement déjà parce qu'on est d'ici non. Et puis on est ici on a commencé nos événements

462 ici donc notre public de base est ici pour le moment. Donc pour la première boutique, ça coulait de

463 source de commencer par Bruxelles. Et encore plus au Châtelein parce que clairement notre cœur de

464 cible est là-bas.

465

466 **Marie** : Oui justement je me demandais, le public qui vient à vos événements, en général, c'est quoi

467 comme type de public ?

468

469 **Florence** : C'est clairement à 80% des femmes 25-35 ans, bruxelloises, assez aisées pour la majorité.

470 Et alors, là-dedans, on a un peu 2 profils. On a les personnes qui viennent pour des raisons écologiques,

471 pour vraiment l'aspect seconde main, et puis dans l'autre moitié, de ce groupe-là, c'est plus des

472 personnes qui viennent pour le côté bonnes affaires et refaire sa garde-robe de manière plus, peu

473 d'argent, un peu le plaisir de la fripe et de venir chiner tout ça et de faire sa garde-robe. Nous on les a

474 appelées dans notre business plan les fashionistas pour faire court.

475

476 **Marie** : Et donc vous me disiez que ça prenait de plus en plus d'ampleur, donc vous voyez qu'il y a un

477 peu une coévolution entre votre offre et la demande qu'il peut y avoir.

478

479 **40min07s**

480

481 **Florence** : Oui, fin pour le moment on est pas surbooké non plus. Mais je pense que là ces 2 dernières

482 années, il y a clairement un intérêt et une demande de plus en plus grande pour la seconde main et

483 pour des alternatives. Là où il y a 5 ans, on nous regardait quand même un petit peu comme des

484 extraterrestres quand on venait avec notre idée de troc. Non, aujourd'hui clairement le public est prêt

485 et demandeur pour ce genre d'initiative et d'alternative.

486

487 **Marie** : Oui et je me demandais oui j'ai vu que pour ouvrir la boutique, vous aviez réalisé un

488 crowdfunding, c'était pour pouvoir alimenter les travaux ?

489

490 **Florence** : C'est ça, c'est ça.

491

492 **Marie** : Et les motivations au départ, elles étaient plus écologiques vous diriez ?

493

494 **Florence** : Non, c'était un peu les deux. C'était écologique et toutes les problématiques de travail et

495 de protection des travailleurs derrière aussi un peu enfin social et environnemental.

496

497 **Marie** : En voyant le documentaire que vous m'avez dit et en prenant conscience de tout ça ?

498

499 **Florence** : C'est ça oui.

500

501 **Marie** : Et alors est-ce que vous avez fait des d'apprentissage particulier pendant toute cette période ?

502

503 **Florence** : Comme ça j'ai du mal à en donner un. On a beaucoup évolué donc oui, mais c'est des trucs

504 très spécifiques à notre concept quoi. Par exemple, au début, on mettait pas de limite de vêtements

505 par ticket et donc on a été vite envahis. Et ça n'allait pas, on ne savait pas suivre derrière. Alors on a

506 diminué et limiter à 10 pièces par visite, mais c'est toutes des choses très très spécifiques à notre a

507 notre concept, donc ouais c'est peut-être un peu trop spécifique.

508

509 **Marie** : Pas forcément, c'est pour voir un peu la construction du projet.

408 **Florence** : Non, après il y a le Mad, ça c'est le réseau de mode.

409

410 **Marie** : Oui je vois, il y a des étudiants dedans ?

411

412 **Florence** : Oui, mais eux c'est plus la mode en général. Maintenant je pense qu'ils étaient plus aussi

413 concentrés sur être les porte-paroles vraiment des stylistes etc., du stylisme après je pense qu'il y a

414 vraiment chez eux une réflexion autour de ça et de créer justement ce réseau, cette organisation de

415 la mode durable. Et puis on se connaît quand même un peu dans le secteur et puis à force de se croiser,

416 on échange beaucoup et on a tous les mêmes problèmes. C'est vrai qu'on se dit qu'il faudrait qu'on

417 s'organise pour être plus forts ensemble. Mais c'est compliqué parce que déjà gérer une boutique et

418 être dans la mode durable, c'est pas une mince affaire, mais alors décaler du temps pour en plus

419 s'organiser et se regrouper, c'est ouais, c'est pas quasi impossible quoi.

420

421 **Marie** : Et alors je me demandais, est-ce que vous avez des revendications politiques ou est-ce que

422 vous avez déjà essayé de soulever, fin est-ce que vous vous avez des revendications politiques ? Vous

423 n'avez pas vraiment de fonction de lobby ?

424

425 **Florence** : Non, après on se dit que c'est pas notre rôle pour le moment, parce que nous on essaie

426 surtout de développer un service. Mais par contre effectivement c'est des réflexions qu'on a déjà eues

427 avec Sandrine, de se dire créer un réseau, une organisation de la mode durable, c'est important, c'est

428 nécessaire, pour justement avoir des revendications politiques et faire du lobby. Parce qu'il y a des

429 choses qu'il faut absolument mettre en place et qui doivent changer.

430

431 **Marie** : Quoi par exemple ?

432

433 **35min56s**

434

435 **Florence** : Ben rien que déjà en France par exemple, où ils ont récemment mis en place cette taxe sur

436 la fast fashion. C'est des choses simples en théorie, mais qui font une énorme différence. Cette taxe,

437 ça a complètement chamboulé les prix de vente pour Shein et autres et en fait ça correspond bien

438 plus à la réalité de confection et de ressources humaines derrière quoi avec cette taxe. Donc ça c'est

439 des choses qu'on voudrait absolument mettre en place par exemple ici. Et tout autre principe de

440 pollueur-payeur, ça reste le plus efficace quand même. Après ça c'est je trouve très haut niveau

441 individuel et c'est responsabiliser l'individu alors qu'il y a aussi énormément de problématiques tout

442 d'abord avant auprès des sociétés, des entreprises qui surproduisent et qui sont dans du marketing et

443 de la publicité. Il y a aussi énormément de choses qu'il faudrait mettre en place pour arrêter cet

444 affichage constant et oppressant. Vous avez besoin de ce nouveau pantalon, cette nouvelle voiture

445 pour être heureux. Bon ça c'est plus aussi au niveau général, c'est pas que la mode.

446

447 **Marie** : Essayer un peu de changer cette culture de la consommation ?

448

449 **Florence** : Oui c'est ça. Il y a beaucoup de choses à faire. Et puis mettre en place aussi, au-delà de

450 choses répressives, des choses un peu plus motivantes. Je pense par exemple là à un budget annuel

451 pour réparation de vêtements, achats de seconde main, j'en sais rien. Ça pourrait aussi être enlever

452 la taxe sur les vêtements seconde main.

453

454 **Marie** : Oui un peu des choses incitatives ?

455

456 **Florence** : Oui voilà.

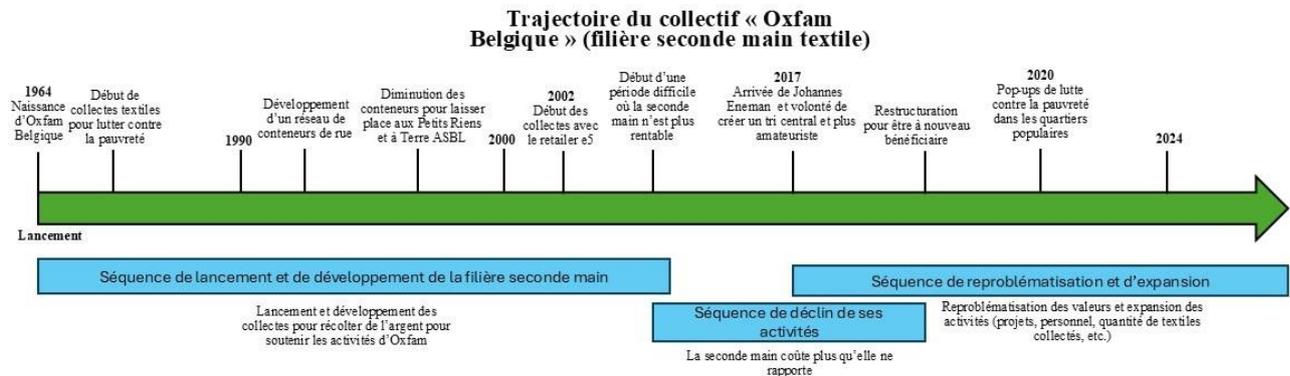
457

458

| | | | |
|-----|--|-----|---|
| 510 | Florence : Comme ça non, je n'en ai pas d'autres. | 561 | problématique . Je pense que c'est surtout ouais un peu ça et puis une prise de conscience par rapport à ça, à toutes les problématiques liées à ça. |
| 511 | | 562 | |
| 512 | | 563 | |
| 513 | Marie : Et alors, oui un peu votre philosophie, c'est un peu ce que vous m'avez dit, l'idée d'un projet circulaire, circuit-court et local ? | 564 | Marie : Et est-ce que vous avez quelque chose à rajouter, j'ai une petite question de clôture normalement, si vous aviez une bague magique que feriez-vous ? |
| 514 | | 565 | |
| 515 | | 566 | |
| 516 | Florence : Nous l'idée c'était vraiment de proposer une offre de seconde main qui était facile, rapide et qui valorisait aussi surtout des produits qu'on avait déjà dans sa garde-robe. Et de ne pas continuer à remplir sa garde-robe de nouvelles choses, mais plutôt essayer de mettre en place ce principe de vase communicant, mais pour sa garde-robe quoi. De manière simple et efficace, sans chichis. | 567 | 48min |
| 517 | | 568 | Florence : Je supprimerais l'ultra fast fashion et la fast fashion. |
| 518 | | 569 | |
| 519 | | 570 | |
| 520 | | 571 | Marie : Carrément la supprimer et rentrer dans un modèle plus durable ? |
| 521 | Marie : Ah oui et un peu les avantages et les inconvénients derrière votre activité ? | 572 | |
| 522 | | 573 | Florence : Oui. |
| 523 | Florence : Les avantages clairement, c'est le fait déjà l'expérience shopping, de pouvoir voir la pièce, l'essayer, etc. Donc ça c'est important et c'est ce qui nous différencie par exemple de Vinted. C'est instantané aussi. Ce qui nous différencie par exemple d'une friperie classique, c'est qu'on désengorge sa propre garde-robe. On vient pas avec toujours des nouvelles choses et on essaie pas de remplir sa garde-robe. On vide d'abord pour remplir derrière donc c'est un peu ce côté thérapeutique aussi du rangement et tout ça. Donc on a un peu cette idée aussi de du coup de valoriser des choses qu'on utilise plus quoi au lieu de toujours de donner ou d'essayer de vendre. Ça prend aussi beaucoup de temps. C'est aussi un de nos avantages, il n'y a pas de perte de temps de devoir prendre des photos, les mettre sur une plateforme, parler avec plusieurs potentiels acheteurs, négocier. Non le prix est fixé, voilà on prend, on prend pas, il y a pas de discussion et c'est instantané quoi et rapide. Et puis l'avantage aussi chez nous, c'est qu'on fasse ce tri aussi, la sélection. On propose vraiment une offre qui est d'office assez qualitative, propre, bien en état, etc. Donc ça c'est une sûreté aussi qu'on apporte à notre clientèle. Et alors les inconvénients, c'est peut-être que ça reste de la seconde main, donc on trouve pas voilà. Il faut quand même venir un peu chiner, regarder, il faut un peu chercher dans le magasin quoi. S'il y a des choses qui nous plaisent, qui sont à notre taille. On n'est pas dans le magasin où il y a une pièce et différentes tailles. | 574 | |
| 524 | | 575 | Marie : Ok. Je pense que j'ai posé toutes mes questions, je vérifie. Et vous avez des questions vous par rapport à mon travail ? |
| 525 | | 576 | |
| 526 | | 577 | |
| 527 | | 578 | Florence : Du coup je pense que tu avais déjà bien expliqué dans ton mail. |
| 528 | | 579 | |
| 529 | | 580 | Marie : En tout cas, c'est un très chouette projet. Et donc vous êtes les seules en Belgique à faire du troc ? |
| 530 | | 581 | |
| 531 | | 582 | |
| 532 | | 583 | Florence : Sous forme d'événement, il y en a plusieurs qui nous ont suivis aussi en Belgique. En événement, on n'était pas les seules, mais en boutique, on va être les premières à le tester. |
| 533 | | 584 | |
| 534 | | 585 | Marie : Les premières en Belgique ? |
| 535 | | 586 | |
| 536 | | 587 | |
| 537 | | 588 | Florence : Oui. Et même je pense quasi plus loin. Parce que la seule vraie boutique qui fonctionne comme ça et qu'on connaît et qui fonctionne est au Québec. Il y a une dame qui avait commencé à Lille, mais ça n'a pas fonctionné et donc elle a fermé. |
| 538 | | 589 | |
| 539 | | 590 | |
| 540 | Marie : Et aux événements en fait, les vêtements, ils étaient installés sur des tringles et les personnes passent ? | 591 | |
| 541 | | 592 | Marie : Et ici, pour la boutique, vous sentez que normalement, il va y avoir la demande ? |
| 542 | | 593 | |
| 543 | 45min58s | 594 | Florence : En tout cas, on a pas mal de retours positifs et enthousiastes par rapport à ça donc on espère, on verra, c'est un test. Et puis si on se plante, on fait autre chose, mais au moins on aura essayé. C'est ce qui nous tentait là depuis un an, de se dire ok si on le fait pas maintenant, on va pas le faire et/ou il sera trop tard parce que quelqu'un d'autre l'aura fait. |
| 544 | | 595 | |
| 545 | Florence : C'est ça oui, ça se présente vraiment comme une boutique de vêtements oui. | 596 | |
| 546 | | 597 | |
| 547 | Marie : Avec des cabines d'essayage ? | 598 | |
| 548 | | 599 | Marie : Bah c'est chouette, merci. |
| 549 | Florence : C'est ça oui. | 600 | |
| 550 | | 601 | 54min58s |
| 551 | Marie : Et oui je me demandais, est-ce que vous avez des aspirations pour le futur par rapport à votre futur à vous, au futur de la fast fashion et au futur de la mode de manière générale ? | | |
| 552 | | | |
| 553 | | | |
| 554 | Florence : Bah alors nous notre idée comme je disais c'est de développer plus nos services en interne pour avoir au-delà de juste du troc aussi de la réparation, de la sensibilisation, de l'émancipation du client. Et aussi si possible s'implanter dans différents quartiers voire différentes villes en Belgique. | | |
| 555 | | | |
| 556 | Donc ça c'est plus au niveau de Pandri. Et alors au niveau de la mode, je pense c'est surtout une envie, mais comme ça recoupe un peu tout ce que je disais aussi, d'arrêter cette surconsommation et cette surproduction aussi. Parce qu'on parle souvent de surconsommation mais c'est surtout qu'on surproduit avant et que du coup les entreprises tentent tout pour vendre, ce qui est un peu | | |
| 557 | | | |
| 558 | | | |
| 559 | | | |
| 560 | | | |

9.4. Annexe 4 : trajectoire Oxfam Belgique

La trajectoire du collectif « Oxfam Belgique » (en ce qui concerne la filière textile seconde main) est constituée de trois séquences : la séquence de lancement et de développement d'Oxfam Belgique, la séquence de déclin de ses activités et la séquence de reproblématisation et d'expansion.



Séquence de lancement et de développement de la filière seconde main

La première séquence débute lorsque le collectif naît en 1964 et commence assez rapidement, sous la dénomination « Oxfam Solidarité », à récupérer des vêtements sous forme de dons pour les revendre et obtenir de l'argent pour soutenir sa cause, la lutte contre les inégalités. Pour assurer ses autres activités, Oxfam Belgique développe rapidement deux autres collectifs. Progressivement, Oxfam Solidarité développe des points de vente ainsi qu'un important réseau de conteneurs de rue pour récupérer les vêtements et, dans les années 1990, la direction d'Oxfam diminue le nombre de conteneurs pour laisser de la place aux Petits Riens et à l'ASBL Terre qui développent également leur réseau. Oxfam devient ensuite membre de la fédération Res-sources faisant du lobbying en ce qui concerne la réutilisation des biens. En 2002, Oxfam démarre un partenariat avec le détaillant e5 pour réaliser des collectes de vêtements auprès des clients de celui-ci et ces collectes, toujours d'actualité aujourd'hui, permettent au collectif d'augmenter la qualité des dons reçus.

Séquence de déclin de ses activités

Pendant toute une période, Oxfam vit des moments difficiles et entre dans un déclin de ses activités pendant lequel la filière de la seconde main coûte plus que ne rapporte.

Séquence de reproblématisation et d'expansion

Puis, il y a 4-5 ans, une grande restructuration est faite pour que le collectif soit à nouveau bénéficiaire et la seconde main entre ainsi dans une reproblématisation et une expansion à plusieurs niveaux : reproblématisation des valeurs, augmentation du nombre de projets (dont les pop-ups de lutte contre la pauvreté en 2020), développement du tri textile, du personnel, professionnalisation et volonté d'uniformiser les magasins, etc. L'arrivée de Johannes Eneman en 2017 permet de favoriser cette expansion, professionnalisant l'activité de seconde main textile par la création d'un centre de tri auquel les vêtements collectés dans les bulles à vêtements sont acheminés par les camions et camionnettes de Terre ASBL et de Wereld Missie Hulp, associations auxquelles Oxfam a sous-traité la collecte pour des raisons écologiques et économiques. Oxfam Belgique rejoint également la fédération TESS (pour Textiles within Ethical Sustainability and Solidarity) l'aidant à réaliser l'exportation de vêtements de manière plus éthique, contrôlée et transparente.

Au centre de tri, des travailleurs en insertion socio-professionnelle (Oxfam s'inscrivant dans l'économie sociale dans l'objectif de remettre les gens au travail) réalisent un tri permettant de faire la distinction entre les vêtements pour les envoyer dans les bonnes filières allant du plus qualitatif au moins

qualitatif : la crème (la première qualité) et le winter-mix (la deuxième qualité) sont utilisés pour la vente en seconde main en Belgique (car comme les magasins sont petits, Oxfam privilégie la qualité à la quantité), le summer-mix (la deuxième qualité aussi) est envoyé en Afrique et passe donc par la filière de l'exportation (mais bientôt des nouvelles règles limiteront peut-être l'exportation), les vêtements déchirés ou sales sont envoyés au recyclage à l'ASBL Terre pour devenir des produits de qualité inférieure comme des chiffons (downcycling) et les vêtements mouillés ou couverts d'huile ainsi que les sous-vêtements sales partent à l'incinération. Oxfam Belgique ne souhaite pas développer d'activité d'upcycling, Johannes Eneman estimant qu'il s'agit d'un modèle qui n'est pas suffisamment rentable.

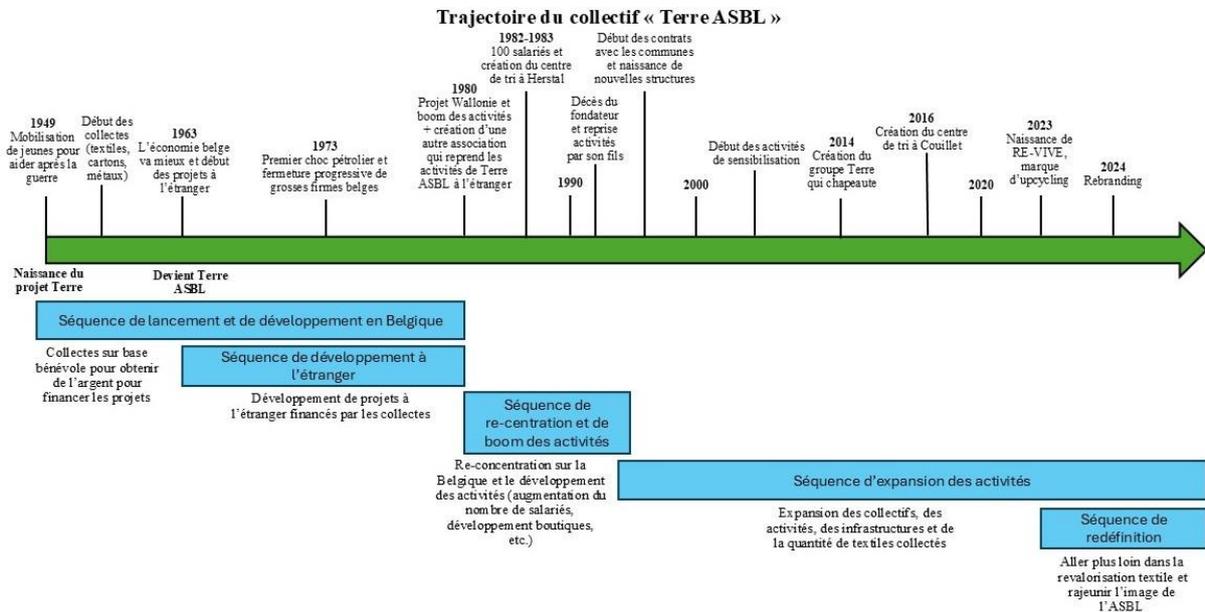
Par ailleurs, les types de publics touchés par Oxfam se sont progressivement diversifiés au fur et à mesure des années, cela allant de personnes en situation de précarité à des personnes qui ne le sont pas et Johannes Eneman constate une très grande augmentation de la demande dans la seconde main par rapport à il y a 15 ans. Toutefois, selon Johannes Eneman, la filière textile est minime par rapport au reste de l'activité d'Oxfam et elle manque un peu de moyens pour continuer à se développer.

Oxfam Belgique voit les autres alternatives comme des alliées complémentaires parce qu'elles ont permis le développement du marché de la seconde main et Johannes Eneman se dit prêt à donner les vêtements à une personne qui sera capable de recycler les vêtements pour en refaire des nouveaux, mais émet une réserve par rapport à Vinted qui est positif mais aussi négatif pour l'activité, car une augmentation des dons est constatée, mais une diminution de la qualité. Il critique également la diminution de la qualité causée par le développement des marques de fast fashion et d'ultra fast fashion, s'inscrivant dans un problème sociétal de surconsommation et ayant des conséquences sociales et environnementales terribles. Oxfam Belgique souhaite d'ailleurs proposer des vêtements de qualité pour tous à un prix accessible (pas en mettant le prix le moins élevé possible sauf dans les pop-ups contre la pauvreté) en réponse à la fast fashion qui propose de la mauvaise qualité. Oxfam Belgique propose également de l'ultra local contre l'ultra fast fashion avec les magasins qui sont approvisionnés directement avec les bulles à proximité. Finalement, Oxfam propose des niveaux de prix différents en fonction de la marque vendue (prix moins élevé si fast fashion et ultra fast fashion). Johannes Eneman comprend toutefois que des gens puissent vouloir s'habiller en fast fashion parce que le vêtement fait selon lui partie de l'identité (parlant même de dernière dignité).

Malgré le fait qu'il est important qu'Oxfam vende pour pérenniser ses activités, Johannes Eneman nous explique que, selon lui, le mieux est d'éviter l'achat. Parmi les revendications politiques, il serait selon Johannes Eneman, important d'arrêter la publicité pour la fast fashion plutôt que de privilégier les subsides et Oxfam fait partie de la fédération Res-sources qui prône la réutilisation avant le recyclage.

9.5. Annexe 5 : trajectoire Terre ASBL

La trajectoire du collectif « Terre ASBL » est constituée de cinq séquences : la séquence de lancement et de développement en Belgique, la séquence de développement à l'étranger, la séquence de re-centration et de boom des activités, la séquence d'expansion des activités et la séquence de reproblématisation.



Séquence de lancement et de développement en Belgique

En 1949, après la guerre, à Vivegnis en Belgique, des jeunes commencent à se mobiliser de manière bénévole pour aider les gens en difficulté et, ayant besoin de ressources financières, ils décident de récupérer des vieux textiles, des métaux et du papier carton et de les revendre à des recycleurs industriels pour financer le projet. C'est ainsi que naît le projet Terre. En 1963, ce projet change de statut légal, devenant l'ASBL Terre, la Belgique entre dans les Golden Sixties et l'économie se porte mieux.

Séquence de développement à l'étranger

C'est alors que l'association commence à développer des projets à l'étranger, qu'elle finance à partir des ramassages qui sont toujours réalisés en Belgique, dans l'objectif de rendre les gens acteurs de leurs propres projets. En 1980, une autre association attenante à Terre ASBL est fondée pour reprendre les projets à l'étranger, mettant fin à cette seconde séquence.

Séquence de re-centration et de boom des activités

En 1973 a lieu la première crise pétrolière qui cause la fermeture de grosses firmes belges et la perte progressive d'emplois pour arriver, en 1980, à de nombreuses personnes au chômage et dans des situations difficiles. L'ASBL Terre, basée initialement uniquement sur le bénévolat, lance le projet Wallonie visant à créer des emplois. C'est à ce moment-là que l'association re-centre ses activités sur la Belgique, plus particulièrement la Wallonie, et étend ses activités. Démarrant avec 4 salariés en 1980, l'association se retrouve avec 100 salariés en 1982-1983. Un centre de tri textile voit ensuite le jour à Herstal et celui-ci prend de plus en plus d'ampleur. C'est dans cette période également que les réseaux de boutiques de vêtements et de bulles à vêtements se développent.

Séquence d'expansion des activités

Dans les années 1990, le fondateur décède, cela débouchant sur de nombreux questionnements concernant la suite des activités qui sont finalement reprises par son fils. Terre ASBL entre ensuite dans une expansion à différents niveaux : augmentation du nombre de collectifs suite à la naissance des contrats avec les communes (et création du Groupe Terre en 2014 pour les chapeauter) et expansion de ses activités, de ses infrastructures et de la quantité de textiles récoltés. Début des années 2000, un pôle consacré à la sensibilisation voit le jour. L'association connaît également une augmentation du nombre de bulles à vêtements (facilitées par le fait que Terre est bien connue des communes car dans le paysage depuis 1949) et de boutiques. Toutefois, la présence de plus en plus de déchets autres que textiles dans les bulles (déchets résiduels, bidons d'huile, etc.) est la principale difficulté à laquelle Terre fait face aujourd'hui, engendrant des coûts supplémentaires et des refus de certaines communes de placer des bulles. En 2016, en raison de l'ampleur des collectes textiles, un nouveau centre de tri voit le jour à Couillet. Le réseau de boutiques s'étend d'ailleurs encore aujourd'hui pour couvrir l'ensemble de la Wallonie et Bruxelles, mais Bruxelles est actuellement principalement occupée par Oxfam et les Petits Riens, et la volonté est de se développer suffisamment au niveau wallon si jamais les vêtements venaient un jour à ne plus pouvoir être exportés en raison de nouvelles réglementations européennes.

Les vêtements proviennent encore aujourd'hui uniquement de dons de particuliers dans des bulles à vêtements et ceux-ci sont collectés en camions et camionnettes et puis triés principalement par des personnes en insertion socio-professionnelle. L'ASBL accepte tous types de textiles peu importe leur état, car elle dispose de nombreuses filières lui permettant de les rediriger : la vente en seconde main en Belgique pour les vêtements de qualité et à la mode, l'exportation pour les vêtements de qualité qui ne correspondent pas à la demande, le recyclage via Terre pour le coton abîmé (pour faire des chiffons pour l'automobile et les peintres) et via des recycleurs industriels externes en panneaux d'isolation et feutrine pour la matière jeans et le polyester et l'incinération pour les vêtements trop avancés.

En ce qui concerne les prix, l'idée de la politique de prix est de proposer des vêtements à bas prix et accessibles, car historiquement le public de Terre est un public avec peu de moyens, mais en valorisant tout de même les plus belle pièces par un prix plus élevé.

Terre ASBL réalise également de la sensibilisation au travers de sa communication et par l'intermédiaire des visites au travers desquelles elle sensibilise à la problématique des déchets textiles. Elle exerce une fonction de lobbying via la fédération Res-sources.

Par ailleurs, si la popularité croissante de la seconde main et l'augmentation de la quantité collectée et des ventes sont bénéfiques pour l'association, elle fait toutefois face à une réduction de la qualité des dons due au développement de la fast fashion qui produit de la moins bonne qualité ainsi qu'à l'émergence des plateformes de revente comme Vinted et d'autres gros acteurs (comme H&M qui se lance dans la seconde main). Lorsque nous parlons de la fast fashion, Jonas Dembour soulève d'ailleurs différentes remarques. Il nous explique tout d'abord que l'ASBL s'inscrit dans le traitement en aval des déchets textiles causés par la fast fashion. Ensuite, il nous fait part du fait que l'association souhaite, contrairement à la fast fashion, créer des emplois de qualité et sensibiliser le grand public à la surconsommation notamment en faisant de la sensibilisation par des visites pour pousser les gens à la réflexion avant d'acheter un vêtement. De plus, les vêtements exportés permettent d'ailleurs aux gens sur place d'avoir des vêtements de qualité et à des prix accessibles et de ne pas avoir recours à l'ultra fast fashion sur place. Finalement, l'ASBL propose dans ses boutiques des vêtements de fast fashion et d'ultra fast fashion à partir du moment où ces vêtements sont en bon état. Il existe toutefois une distinction de prix sur base de grilles et de l'appréciation pour davantage valoriser les marques.

En ce qui concerne le public de l'ASBL, il est historiquement un public avec peu de moyens, mais l'association voit de plus en plus apparaître de nouveaux publics. Il existe une demande derrière l'offre de l'ASBL, mais qui fluctue en fonction des périodes économiques étant donné que le public principalement touché par l'ASBL ne dispose pas de beaucoup de moyens.

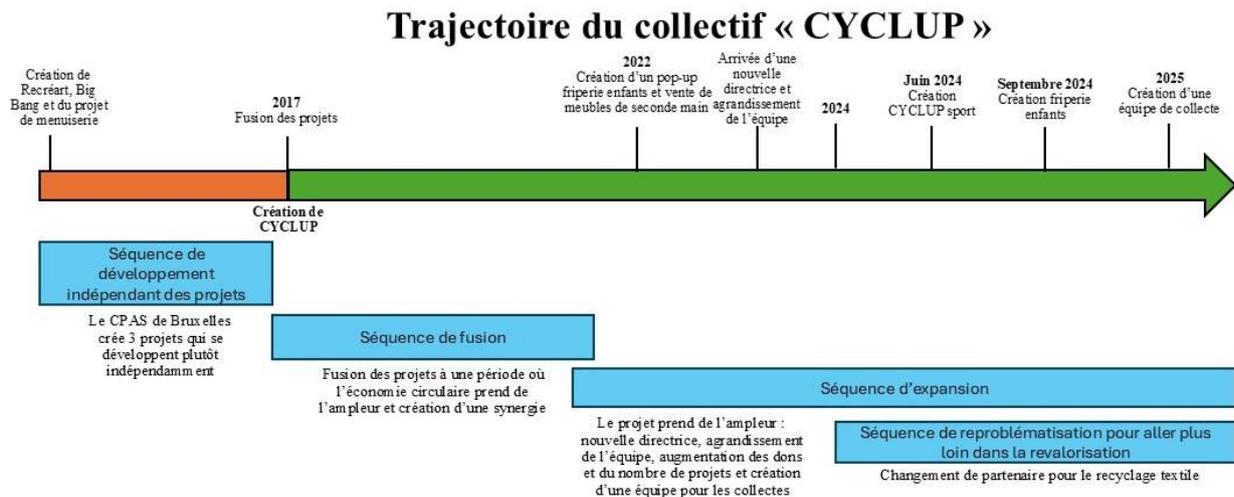
À cela s'ajoute le fait qu'aujourd'hui, l'ASBL Terre est peu dépendante des subsides, ses activités constituant 90% de son financement. Elle reçoit toutefois des subsides pour ce qui est du personnel en insertion socio-professionnelle ou pour le développement de nouvelles activités.

Séquence de reproblématisation

La cinquième et dernière séquence démarre en 2023 et est chevillée avec la séquence d'expansion des activités. Elle débute lorsque Terre ASBL décide de lancer une marque d'upcycling textile, RE-VIVE, pour, d'une part, aller plus loin dans la revalorisation des textiles en récupérant des textiles destinés à être recyclés et pour, d'autre part, redonner une image plus jeune à l'association et attirer de nouveaux publics. Le rebranding prévu pour la fin d'année vise également à rajeunir l'image du collectif.

9.6. Annexe 6 : trajectoire CYCLUP

La trajectoire du collectif « CYCLUP » est constituée de quatre séquences : la séquence de développement indépendant des projets, la séquence de fusion, la séquence d'expansion et la séquence de reproblématisation pour plus de revalorisation textile.



Séquence de développement indépendant des projets

Avant la naissance de CYCLUP, il existe trois projets d'insertion socio-professionnelle du Centre Public d'Action Sociale de la Ville de Bruxelles autour de la revalorisation de textiles et de meubles qui se développent plutôt indépendamment les uns des autres : l'atelier Recréart (atelier de couture), la friperie Big Bang et un projet de menuiserie.

Séquence de fusion

En 2017, à un moment où l'économie circulaire prend de plus en plus d'ampleur et où le besoin de créer un centre de tri se fait ressentir pour approvisionner ces boutiques qui commencent à travailler en synergie, les trois projets fusionnent pour créer le collectif « CYCLUP » constitué d'un atelier-boutique, d'une friperie et d'un centre de tri. Progressivement, suite à un approvisionnement de plus en plus important en dons, le centre de tri devient également une mercerie de seconde main. Dès le début, le projet accepte tous types de textiles à partir du moment où ils sont propres. Ces textiles sont utilisés par les différentes entités de CYCLUP et le projet redistribue également des textiles à différents acteurs avec lesquels il est en partenariat (la Fontaine, Aquarelle, la Ville de Bruxelles, etc.). En 2021, la création d'un poste pour les réseaux sociaux permet de donner plus de visibilité à CYCLUP.

En ce qui concerne la seconde main, CYCLUP fait la distinction entre les pièces vintage et de marques et celles de fast fashion au niveau du prix et de la mise en valeur en magasin et essaie de sensibiliser ses travailleurs ainsi que les clients à une consommation plus responsable. Pour l'upcycling, il est hors de question pour CYCLUP d'utiliser des vêtements en bon état, ce ne sont que des vêtements endommagés, et pour les matières, cela dépend de la demande du projet, mais les couturiers privilégient les matières nobles.

Quant aux valeurs du projet, celui-ci est basé dès le départ sur le zéro déchet, tant du point de vue des textiles (revalorisation maximale) que du point de vue des gens à former et à remettre en valeur. En effet, le personnel est constitué de travailleurs en insertion socio-professionnelle qui sont suivis par des formateurs et des agents administratifs.

Séquence d'expansion

En 2022, CYCLUP commence à s'étendre, créant tout d'abord un pop-up combinant friperie et vente de meubles et ferme ensuite pour donner naissance à un CYCLUP intérieur. Aujourd'hui, CYCLUP prend de plus en plus d'ampleur à différents niveaux : arrivée d'une nouvelle directrice spécialisée en gestion des déchets, agrandissement de l'équipe, augmentation du nombre de projets (CYCLUP sport en juin 2024 et friperie enfants en septembre 2024) et de la quantité de dons et création d'une équipe pour les collectes en 2025. Toutefois, le projet reçoit de plus en plus de dons et nécessite un plus grand espace et la qualité de ces dons est de moins en moins bonne, notamment suite au développement de Vinted.

Les deux personnes rencontrées nous partagent des revendications politiques qu'il pourrait être intéressant de porter pour favoriser leurs activités et pénaliser la fast fashion et l'ultra fast fashion comme une baisse de la TVA pour leurs activités, l'instauration d'une taxe à valeur environnementale, etc.

Séquence de reproblématisation pour plus de revalorisation textile

Pour aller encore plus loin dans la revalorisation textile, CYCLUP, qui travaille actuellement avec l'ASBL Terre pour le recyclage, souhaiterait démarrer un partenariat avec Be The Fibre qui accepte davantage de types de textiles (pour essayer qu'un minimum de choses partent à l'incinération). Le collectif CYCLUP est donc récemment entré dans une reproblématisation pour plus de revalorisation textile.