

DÉFINITION

A l'image de la slow food dans le domaine alimentaire, la slow fashion s'oppose à l'accélération du rythme de production et de consommation des vêtements. Face au modèle de fast fashion qui exploite et qui pollue, c'est donc avant tout une invitation à **consommer moins et mieux**. A l'achat impulsif de vêtements bon marché, il s'agit ainsi de préférer l'investissement dans des habits respectueux des droits des travailleur·euse·s et de l'environnement, tout en prolongeant leur utilisation.

Comme dans le cas de l'économie circulaire, la slow fashion prône une approche globale du cycle de vie d'un vêtement. Elle cherche pour cela à introduire des critères de développement durable au sein d'un processus complet de design, de production et de consommation des produits.



illustrations issues dublog.la-pigiste.com

DESIGN	PRODUCTION	CONSOMMATION / UTILISATION
Ecoconception (ex. méthode du berceau au berceau, réduction des déchets)	Bonnes conditions de travail, de la production agricole à la confection	Education / sensibilisation
Qualité / esthétique / personnalisation des produits	Valorisation du savoir-faire artisanal	Utilisation des codes communicationnels de la mode (ex. esthétisme, modernité)
Solidité des produits (ex. doubles coutures)	Relations commerciales de long terme	Identification / attachement aux produits
Matières premières renouvelables (ex. coton biologique) et/ou recyclées (ex. plastique PET pour du polyester)	Transparence / traçabilité	Accent sur la qualité plutôt que la quantité des achats
Design plus intemporel	Planification des commandes	Réparation / customisation / location
Identité culturelle	Production locale	Durabilité dans l'usage

Dans une approche plus socio-culturelle, la slow fashion met aussi l'accent sur des aspects tels que l'opposition à la standardisation des produits, la protection des identités culturelles et des savoir-faire ou encore l'attachement symbolique aux vêtements et à leur histoire.



POUR ALLER PLUS LOIN

Voir l'étude : Veillard P. Décembre 2018. Définition, cartographie des acteurs/trices Belges et positionnement d'Oxfam-Magasins du monde. <https://bit.ly/2v20Pyo>

PÔLE 1 | TRAVAIL DÉCENT

ONGs et syndicats de défense des droits des travailleurs/euses

APPROCHE

Dans une approche 'syndicaliste', ce pôle cherche avant tout à défendre les droits des travailleurs et travailleuses du Sud. Il couvre ainsi essentiellement le pilier social, sur l'étape de confection (la plus intensive en main d'œuvre). Les principales thématiques abordées incluent le salaire vital, la santé et la sécurité au travail, la liberté d'association des travailleurs/euses et le devoir de vigilance vis-à-vis des entreprises de l'habillement.

MODES D'ACTION

Ses principaux modes d'action sont l'interpellation directe des marques donneuses d'ordre, ainsi qu'un plaidoyer vers les autorités publiques pour une meilleure régulation de ces marques et de leurs filières. Ces objectifs sont supportés par des campagnes grand public, incluant des actions médiatiques et le développement d'outils éducatifs.

PRINCIPAUX ACTEURS

achACT / SKC (membres belges de la Clean Clothes Campaign) ; syndicats (CSC, FGTB) et leurs ONGs (WSM, Solidarité Socialiste) ; Gresea ; CNCD.

MISE EN ACTION DES PUBLICS

Participation à des actions de rue (ex. devant un magasin d'une marque impliquée dans une violation du droit du travail) ; interpellation politique ; formation syndicale.

PRINCIPAL SYSTÈME DE GARANTIE DÉFENDU

Fair Wear Foundation.



Solidarité Mondiale est l'ONG du Mouvement Ouvrier Chrétien et de ses organisations. Elle travaille avec 83 partenaires syndicaux au niveau local, dans une vingtaine de pays d'Afrique, d'Amérique Latine et surtout d'Asie, sur les questions de travail décent, de protection sociale et de création d'emplois. Elle a lancé en 2017 une campagne pour des vêtements de sport clean, avec comme principaux objectifs de convaincre des équipementiers belges d'adhérer à la Fair Wear Foundation (FWF) et d'encourager des clubs sportifs à se fournir en t-shirts éthiques. Selon la chargée de campagne de l'ONG Jennifer Van Driessche, « la pétition que nous avons portée a réuni plus de 40.000 signatures, ce qui va nous permettre d'ouvrir un dialogue avec les marques belges de vêtements de sport. L'objectif est de les inciter à passer d'une démarche volontaire à une approche plus proactive orientée sur le devoir de vigilance ».



POUR ALLER PLUS LOIN

- Veillard P. Avril 2019. Le textile socialement responsable : quoi de neuf? Analyse Oxfam-Magasins du monde.
- D'Hoop R. Septembre 2017. achACT et Oxfam-Magasins du monde : deux approches complémentaires pour une filière textile plus juste et plus durable. Analyse Oxfam-Magasins du monde. <https://bit.ly/2KsRXfC>

PÔLE 2 | CONSOMMATION ALTERNATIVE

Acteurs/trices équitables et biologiques

APPROCHE

Ce pôle est essentiellement axé sur les questions de consommation alternative. Il promeut les bonnes pratiques équitables (et biologiques), garantes de meilleures conditions de vie pour les travailleurs et producteurs (principalement du Sud). L'accent est mis sur les critères socio-économiques, sur toutes les étapes des chaînes textiles (du coton jusqu'au vêtement).

MODES D'ACTION

Ses principaux modes d'action sont la sensibilisation des citoyens via des campagnes grand public, l'offre d'alternatives commerciales équitables (vêtements mais aussi accessoires de mode et textile de maison) et dans une moindre mesure l'interpellation politique (surtout via des plateformes spécialisées).

PRINCIPAUX ACTEURS

Oxfam-Magasins du monde ; Oxfam-Wereldwinkels ; Gent Fair Trade ; Fair Trade Advocacy Office (FTAO) ; World Fair Trade Organization (WFTO) ; Belgian Fair Trade Federation (BFTF) ; Fairtrade Belgium ; Global Organic Textile Standard (GOTS).

MISE EN ACTION DES PUBLICS

Achats de produits textiles équitables et biologiques ; bénévolat (ex. dans un magasin) ; participation à des événements et actions de sensibilisation (ex. Petits déjeuners Oxfam) ; formation de publics jeunes et adultes ; interpellation politique (ex. au niveau communal, via les Communes du commerce équitable).

PRINCIPAL SYSTÈME DE GARANTIE DÉFENDU

WFTO, Fairtrade cotton, Fairtrade textile, GOTS.



OXFAM

Magasins du monde

Oxfam-Magasins du monde est un acteur majeur du pôle équitable. Sa campagne 2017/18 'Une autre mode est possible' a mis l'accent sur les alternatives à la fast fashion, via de nombreux outils pédagogiques et activités (www.slowfashion.be), notamment des vidéos, magazines et événements de type 'Slow Fashion Day'. Un crowdfunding a également permis de lancer une nouvelle gamme de t-shirts équitables, de soutenir financièrement le partenaire fournisseur indien et de sensibiliser le public.

Dans le même esprit, l'organisation ambitionne de développer son offre commerciale dans le futur (ex. vêtements pour bébés), au-delà de l'existante (essentiellement des accessoires de mode et du textile d'intérieur).



POUR ALLER PLUS LOIN

Veillard P. Décembre 2015. Travail décent et textile équitable. Impact du commerce équitable sur la durabilité des chaînes textiles. Analyse de contexte globale. Etude Oxfam-Magasins du monde. <https://bit.ly/2VGWMD0>



PÔLE 3 | SECONDE MAIN

Acteurs/trices de l'économie sociale du seconde main

APPROCHE

Ce pôle réunit des entreprises d'économie sociale actives dans la récupération, la réutilisation, la valorisation et le recyclage de vêtements, dans une logique d'économie circulaire. Il couvre donc surtout les questions environnementales (ex. valorisation des déchets) et sociales (ex. réinsertion professionnelle, réinjection des bénéfiques dans des projets sociaux), sur les étapes de consommation, d'utilisation et de fin de vie du vêtement.

MODES D'ACTION

Le principal mode d'action est l'activité économique autour du vêtement de seconde main (collecte, tri, revente, export et gestion des déchets). S'y ajoutent des activités événementielles (ex. 'fête de la récup', vide-dressings, brocantes) et de plaidoyer (ex. pour un plus grand nombre de bulles de collecte dans chaque commune, ou une meilleure reconnaissance du secteur au niveau régional).

PRINCIPAUX ACTEURS

Ressources ; Terre ; Petits Riens ; Oxfam Solidarité ; Oxfam-Magasins du monde; 3R ; La Fol'Fouille ; Le Goéland ; La Poudrière.

MISE EN ACTION DES PUBLICS

Don de vêtements ; achat de seconde main ; bénévolat (ex. tri dans un magasin) ; organisation / participation à des événements et actions de sensibilisation.

PRINCIPAL SYSTÈME DE GARANTIE DÉFENDU

Solid'R.



OXFAM
Solidarité

Avec 35 magasins et 4500 tonnes collectées par an, **Oxfam Solidarité** est le troisième plus gros revendeur de vêtements de seconde main en Belgique francophone (après Terre asbl – 17000 tonnes, 18 magasins, et les Petits Riens – 6000 tonnes, 27 magasins). L'objectif principal de cette activité reste pour l'organisation la récolte de fonds. Sur le modèle des 'charity shops' britanniques, les bénéfices engrangés servent à financer ses projets humanitaires et de développement dans le Sud. Elle dispose de trois sources d'approvisionnement : les bulles, les dons directs en magasin, et une opération annuelle de récupération dans les magasins e5 mode. Elle teste depuis peu un tri plus centralisé (via un nouveau centre régional situé sur les quais à Bruxelles) ainsi qu'une politique de prix plus simple et cohérente en trois sous-catégories.



POUR ALLER PLUS LOIN

- Veillard P. Décembre 2017. Quelle place pour l'économie circulaire chez un acteur équitable? Exemple de la campagne textile « Slow fashion ». Analyse Oxfam-Magasins du monde. <https://bit.ly/2UwJe0p>
- Veillard P. Août 2018. Le vêtement de seconde main en Belgique : quels enjeux pour les acteurs de l'économie sociale ? Analyse Oxfam-Magasins du monde. <https://bit.ly/2G1lQc7>
- Delonnette A. Décembre 2018. Le vêtement de seconde main, une ressource pour l'innovation. Analyse Oxfam-Magasins du monde. <https://bit.ly/2U0Au5n>



PÔLE 4 | SENSIBILISATION SLOW FASHION

Associations, blogueur-se-s et écoles de mode

APPROCHE

Ce pôle rassemble des organisations et individus qui sensibilisent le grand public à la slow fashion à l'aide d'un discours très orienté 'mode'. Le plus souvent issus du monde du stylisme ou du design, ils utilisent les outils et les codes communicationnels propres au secteur de la mode : forte présence sur les réseaux sociaux (ex. Instagram, Facebook, Youtube), communication branchée et tendance, accent mis sur les aspects festifs et de divertissement, etc. Beaucoup se concentrent plus sur les critères environnementaux (ex. matières premières écologiques, production locale, location) que socio-économiques.

MODES D'ACTION

Le principal mode d'action est la création d'événements (ex. 'Brussels Dressing Room', 'Fashion Revolution week') et d'outils de sensibilisation (ex. expositions, magazines, cours en ligne) à la slow fashion. Certains acteurs interpellent également les marques, tel Fashion Revolution via son fameux hashtag #whomademyclothes ou sa publication annuelle d'un 'fashion transparency index'.

PRINCIPAUX ACTEURS

Fashion Revolution ; Slow 31 ; blogueurs/euses (ex. La Mode Autrement, Ethikal) ; écoles de stylisme (ex. Francisco Ferrer) ; Chamo (Brussels Vintage Market).

MISE EN ACTION DES PUBLICS

Organisation / participation à des événements et actions de sensibilisation ; communication sur les réseaux sociaux ; interpellation directe de marques ; animations dans les écoles.

SLOW 31 est une asbl liégeoise d'éducation et d'animations à la consommation vestimentaire. Ses deux initiatrices, une costumière et une professeure d'histoire de la mode, décident de lancer en décembre 2016 une page Facebook 'Slow Fashion Belgium'. Leur objectif initial est modeste, simplement fournir quelques informations sur les marques alternatives et éthiques, les trucs pour réparer / upcycler ses vêtements, etc. La page connaît rapidement un fort succès, ce qui les amène à développer, avec le renfort d'une trentaine de bénévoles, de nombreuses autres activités : animations dans les écoles, vide-dressings, 'swappings' (trocs) de vêtement, documentation sur l'histoire de la mode, ateliers DIY (réparation, échanges et déchiffrages de patrons), référencement des marques éthiques, etc.



POUR ALLER PLUS LOIN

- Veillard P. Avril 2019. Les récentes avancées en matière de durabilité des chaînes d'approvisionnement textiles. Analyse Oxfam-Magasins du monde.
- Luyten M. Avril 2019. Les influenceurs/euses : une solution pour améliorer la visibilité de la slow fashion ? Analyse Oxfam-Magasins du monde.

PÔLE 5 | ENTREPRENARIAT SLOW FASHION

Entrepreneur·se·s et structures de soutien

APPROCHE

Les acteurs et actrices de ce pôle sont orientés vers la création (ou le soutien à la création) d'une activité commerciale slow fashion. Leur approche, pour beaucoup, est de démocratiser l'offre, en combinant critères de durabilité, de qualité et d'accessibilité (à la fois financière et stylistique). Comme le pôle 4, ce pôle utilise beaucoup les codes du secteur de la mode. Il fait également un focus fréquent sur la production biologique et/ou locale/européenne, ainsi que sur l'upcycling, l'économie de la fonctionnalité, etc.

MODES D'ACTION

Le principal mode d'action des entrepreneurs/euses est d'augmenter l'offre slow fashion disponible en Belgique, via la création d'une marque ou d'un magasin. Certain·e·s organisent également des activités de sensibilisation (ex. ciné-débat), proposent de participer à l'activité (bénévole) de leur structure (ex. Ozfair) ou encore offrent de prendre des parts dans leur coopérative (ex. WeCo).

PRINCIPAUX ACTEURS

Entrepreneurs/euses ; incubateurs (ex. Groupe One, GEL Bxl, Hub Brussels, MAD, Wallonie Bruxelles Design Mode) ; plateformes de crowdfunding (ex. KKBB, Ulule, Growfunding)..

MISE EN ACTION DES PUBLICS

Achats de produits slow fashion ; création d'une entreprise slow fashion ; bénévolat (ex. dans un magasin) ; prise de parts dans une coopérative ; organisation / participation à des événements et actions de sensibilisation.



Mélanie Maudoux lance son magasin **WeCo store** en 2017, après avoir suivi une série de formations offertes par diverses structures d'accompagnement (Déclics Tour, programme Seeds de Coopcity, Jobyourself). En plus de renforcer ses compétences et de forger son assurance, ces différents programmes lui ont permis d'affiner ses idées, de développer son réseau et de trouver des partenaires. A l'opposé des stéréotypes de l'habillement ethnique, son pop-up store offre des vêtements au style relativement sobre et intemporel, provenant soit de petits créateurs belges et européens (pièces uniques en quantités limitées, produites en Europe et souvent dans l'upcycling), soit des marques durables garanties (le plus souvent avec le label biologique GOTS). L'organisation s'est depuis peu structurée en coopérative, afin d'assurer le partage d'information et construire un projet collectif.



POUR ALLER PLUS LOIN

- Carte des alternatives slow fashion sur le site www.slowfashion.be.
- Veillard P. Décembre 2018. Définition, cartographie des acteurs/trices Belges et positionnement d'Oxfam-Magasins du monde. <https://bit.ly/2DbtzZX>
- Derenne L. Avril 2019. Acheter éthique, ce n'est pas seulement payer un peu plus cher. Analyse Oxfam-Magasins du monde.

PÔLE 6 | MAKERS

Makerspaces, Fablabs, associations 'Do It Yourself', Repair Cafés

APPROCHE

L'approche principale de ce pôle est la sensibilisation par le 'Faire' ('Make' en anglais) : le Do It Yourself (DIY) et l'acquisition d'expérience technique sont des portes d'entrées vers une réflexion critique sur les modes de production et de consommation textile.

MODES D'ACTION

Les modes d'action sont variables mais toujours concrétisés autour d'un lieu (ex. atelier, fablab, makerspace) rassemblant divers outils (ex. avec assistance numérique, telles des imprimantes 3D ou découpeuses laser). La dimension première est utilitaire, par exemple la réparation de vêtements, ou leur récupération puis transformation. Mais ces lieux ont également de fortes dimensions éducative et collective (ex. échanges de savoir et savoir-faire en couture), et parfois économique (ex. design et prototypage de nouveaux vêtements).

PRINCIPAUX ACTEURS

Fablabs ; makerspaces ; associations DIY (ex. Micromarché, ARC, Fais le Toi-même, Repair cafés).

MISE EN ACTION DES PUBLICS

Participation à des ateliers DIY (ex. couture, réparation, patronage) ; création textile au sein de fablabs / makerspaces ; organisation / participation à des événements et actions de sensibilisation (ex. festival 'DIY – obsolescence (dé)programmée).



L'**OpenFab** à Ixelles est l'un des nombreux fablabs qui éclosent en Belgique depuis quelques années. Se définissant comme « un atelier d'exploration, un laboratoire d'innovation », l'asbl met à disposition de ses membres divers outils tels que découpeuse laser, imprimantes 3D, machines à coudre, découpeuse vinyle, etc. Elle héberge un collectif de sept designers textiles nommé Macocoï, qui (ré)explorent la matière textile, prototypent leurs produits et rentabilisent leurs processus de production artisanale.



POUR ALLER PLUS LOIN

Romainville A.S. 2018. La résistance à l'industrie textile : un éclairage matérialiste de paroles de citoyennes. Analyse ARC. <https://bit.ly/2X38dFF>