



Cent façons
Formations
Mode responsable





QUI SOMMES NOUS ?

Un collectif de professionnel.le.s engagé.e.s.

Cent Façons, c'est un collectif d'act.eur.rice.s du territoire, réuni.e.s par l'objectif commun d'une transition écologique de la mode, plus respectueuse de l'humain et de l'environnement.

Cent Façons mobilise des professionnels des secteurs du textile et de l'habillement, de la filature à la distribution, et de partenaires de l'économie sociale et solidaire. Ce collectif fédère, accueille, accompagne et soutient les act.eur.rice.s de la mode de demain.

LES VALEURS DU PROJET

Engagement.

La mode à taille humaine replace le vêtement comme le moyen de valoriser l'humain et l'environnement.

Pédagogie.

Accompagnement des citoyen.ne.s, des consommat.eur.rice.s et des professionnel.le.s de la mode dans leurs prises de conscience et leurs engagements.

Expertise.

Chaque act.eur.rice apporte ses compétences, approuvées par l'expérience et la recommandation.

Synergie.

La cohérence du choix des acteurs aboutit à une dynamique de partage et de bienveillance.

Inspirant.

Le partage qui encourage l'association et provoque l'innovation.

L'EQUIPE :



Designer de l'individu, Elsie Pomier questionne notre rapport à la mode. Son podcast, Qu'est-ce que la mode, est une bibliothèque de conversations où les acteurs de notre industrie nous invitent à regarder au-delà des apparences. Engagée auprès des futurs acteurs de l'industrie, elle intervient aussi au sein d'écoles de mode. Son objectif est de comprendre ce qu'est la mode en provoquant la conversation entre les métiers et futurs métiers de la mode et encourager l'innovation, le partage et la créativité.



Styliste freelance et consultante mode depuis plusieurs années, Floriane Deletre accompagne et aide des marques de vêtements à créer leur collection ; de la création de modèles jusqu'à la mise en vente du produit. Intervenant au sein d'écoles de mode, elle a à cœur de partager les savoirs de son métier qui la passionne. Consciente de l'importance d'une mode plus responsable, elle encourage les créateurs de demain aussi bien dans ses interventions que dans son travail.



Styliste freelance, formée à la St Martins de Londres, Florence Blall a travaillé dans le haut de gamme homme et enfant à Londres et Paris pendant 10 ans. A partir de 2013, elle commence à questionner le fonctionnement et les mécanismes de l'industrie dans laquelle elle évolue et à expérimenter, en tant que bénévole, des modes de gouvernance alternatifs. Elle intervient, depuis, dans différentes écoles pour accompagner les créatifs de demain dans leur démarche créative, leur connaissance de l'industrie et leur réflexion. Elle collabore au design et développement de nouvelles matières écologiques chez Fil Etik depuis 1 an.



Engagée depuis 4 ans dans l'écologie, Marion Delalande a fondé il y a 2 ans Ethic2hand, un site internet de produits éthiques de fin de collection et de seconde main. Soucieuse d'aider les gens à minimiser leur impact, et pas uniquement via leurs achats, elle lance en novembre 2020 Ethigame, des ateliers ludiques sur le développement durable.



Directrice artistique, geek, chercheuse créative, Pauline Gamore combine une imagination débordante avec un fort désir de solutions pratiques. Émotionnelles, passionnées, ses recherches croisent les savoir-faire textiles traditionnels et les nouvelles technologies pour explorer et inventer de nouveaux modes de conception. Elle est titulaire d'un diplôme de concepteur en communication visuelle de l'ECV en 2008. Elle fonde en 2018, Le Textile Lab, un espace de travail collaboratif dédié à la création textile responsable et innovante. En 2019, elle intègre la 3ème promotion de Fabricademy et devient instructeur local dès 2020.



Nadège Rembeault est une des fondatrices de la coopérative des Curieux, un lieu multi-activités dédié à la mode éthique et à la consommation responsable. Présidente de l'association Kulteco, elle œuvre pour fédérer et soutenir les acteurs de la filière de la mode éthique locale.



Emmanuelle Silvestre a successivement occupé des postes de responsable commerciale et de brand manager dans l'univers des créateurs parisiens mais aussi au sein de grandes marques de prêt-à-porter. Forte de 13 années d'expérience dans ce secteur, elle est aujourd'hui consultante dans les domaines du commerce et du marketing de la mode et du luxe, et intervient auprès des écoles de mode et des écoles de commerce en France et à l'étranger, ainsi que dans l'organisation de tables rondes et conférences sur les thèmes de l'innovation (collectif FashionTech de Lyon) et de la mode responsable.

LES PARTENAIRES :

LE VILLAGE DES CRÉATEURS

Le Village des Créateurs accompagne depuis 20 ans le développement des entreprises créatives émergentes de la région Auvergne-Rhône-Alpes.

Son action s'articule autour de la pépinière d'entreprises située au cœur de Lyon, en bas des pentes de la Croix Rousse.

De jeunes marques de mode, déco, design et art de vivre peuvent y prendre résidence pendant 2 ans en atelier-boutique-showroom ou en espace de coworking.

Elles bénéficient de services et de conseils d'experts en entrepreneuriat, communication, direction artistique, stylisme-modélisme, commercialisation, export, marketing digital...

Le Village des Créateurs fédère également hors les murs une communauté d'entreprises locales engagées et soucieuses de leur impact, échangeant, partageant et coconstruisant des projets.

Avec l'appui de partenaires constitutifs d'un écosystème riche et transverse, la structure contribue au dynamisme de la création locale et anime un vivier de jeunes talents .



**Village
des
Créateurs**

MODE
DÉCO
DESIGN

LE PROGRAMME

COMPRENDRE L'EXISTANT

MODULE 1: Le système de mode – comprendre la chaîne de valeurs

MODULE 2: Le prix d'un vêtement – réflexion sur la valeur

MODULE 3: Les impacts sociaux et environnementaux de l'industrie de la mode

MODULE 4: La connaissance des matières

MODULE 5: La mode, les tendances et la saisonnalité

PENSER LA MODE AUTREMENT

MODULE 6: La RSE

MODULE 7: L'économie circulaire

MODULE 8: La transparence et la traçabilité

MODULE 9: Réduire la chaîne de valeurs, importance des circuits courts et mise en valeur des savoir-faire

DIAGNOSTIC ET PRIORITÉS

MODULE 10: Réaliser un diagnostic et poser les priorités

PENSER L'ÉCO-CONCEPTION

MODULE 11: Le sourcing matières: des alternatives éco-responsables

MODULE 12: Les labels et les certifications

MODULE 13: L'Upcycling, la réduction des déchets et la fin de vie d'un vêtement

MODULE 14: Le packaging et l'étiquette

LE «STORY - PROVING»

MODULE 15: Communiquer ses valeurs, actions et résultat

UNE MARQUE RESPONSABLE

MODULE 16: Commercialiser une marque responsable

COMPRENDRE L'EXISTANT

MODULE 1: Le système de mode – comprendre la chaîne de valeurs

MODULE 2: Le prix d'un vêtement – réflexion sur la valeur

MODULE 3: Les impacts sociaux et environnementaux de l'industrie de la mode

MODULE 4: La connaissance des matières

MODULE 5: La mode, les tendances et la saisonnalité

MODULE 1: LE SYSTÈME DE MODE – COMPRENDRE LA CHAÎNE DE VALEURS

Des champs à l'habillement du monde entier, le système de la mode est complexe.

De la fibre aux rayons des magasins, qui fait quoi dans l'industrie de la mode? Agriculture, pétrochimie, filage, tissage, tricotage, ennoblissements, confection, emballage, transport ... Comment ces métiers s'enchaînent et s'organisent-ils entre eux dans un monde où, bien souvent, le consommateur est très éloigné du producteur ?

Le système de mode signifie, aussi, bien plus que fabriquer, confectionner et porter.

Dans ce module, nous décomposerons les rouages et comprendrons les enjeux de l'industrie de la mode.

COMPRENDRE L'EXISTANT

MODULE 2: LE PRIX D'UN VÊTEMENT – RÉFLEXION SUR LA VALEUR

Quand un t-shirt peut se vendre 5 Euros (chez une enseigne de fast fashion) ou 490 Euros (chez une marque de luxe), comment se fait la répartition?

Quels éléments de la conception à la commercialisation d'un t-shirt constituent un prix ? Lesquels sont-ils considérés comme ayant de la valeur?

Dans ce module, en analysant les prix de vente d'un même vêtement à travers différents secteurs ainsi que les prix de vente pratiqués dans le secteur de la mode conventionnelle et celui de la mode éthique, nous appréhenderons la notion de prix juste.



MODULE 3: LES IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX DE L'INDUSTRIE DE LA MODE

La mode nous passionne, nous fait vibrer mais son industrie est une des industries les plus polluantes, et ce n'est pas une fierté.

Quels sont les impacts de la mode sur l'humain et l'environnement?

Quels sont les leviers possibles d'amélioration pour rendre notre industrie plus vertueuse?

Dans ce module, nous ferons l'état des lieux de ces impacts et réfléchirons aux possibilités de changer ces pratiques.

COMPRENDRE L'EXISTANT

MODULE 4: LA CONNAISSANCE DES MATIÈRES

Entre fibres chimiques, fibres naturelles, fibres synthétiques, fibres artificielles, fibres végétales, fibres animales, tissage, tricotage, difficile de s'y retrouver!

Comment fabrique-t-on une étoffe? Quel est son usage?
Quelles sont ses spécificités?

Dans ce module, nous définirons chaque terme en nous appuyant sur des exemples concrets et des échantillons afin d'apprendre à y voir plus clair.



MODULE 5: LA MODE, LES TENDANCES ET LA SAISONNALITÉ

Qu'est-ce que la mode?

Le mot «mode» est-il obsolète, fait-il toujours sens aujourd'hui?

Quelles sont les fonctions du vêtement et de l'habillement? Quel rapport entretenons-nous avec nos vêtements?

Pourquoi et comment les tendances sont-elles définies ?
Sommes-nous obligés de les suivre ?

Dans ce module, nous réfléchirons au rapport que nous entretenons avec la mode d'une façon globale, et avec nos vêtements en particulier et nous questionnerons la pertinence du fonctionnement de la mode conventionnelle dans le monde d'aujourd'hui.

PENSER LA MODE AUTREMENT

MODULE 6: La RSE

MODULE 7: L'économie circulaire

MODULE 8: La transparence et la traçabilité

MODULE 9: Réduire la chaîne de valeurs, importance des circuits courts et mise en valeur des savoir-faire

MODULE 6: LA RSE

L'industrie textile vit une conversion complexe. Elle dépend de ressources telles que les sols agricoles, les industries et une main d'œuvre qualifiée.

Comment entretenir une saine culture de ces ressources ?

Comment produire en entretenant le respect des droits humains ?

Dans ce module, en passant des champs à l'ONU, nous étudierons les juridictions dirigeant l'industrie sur les aspects sociaux et environnementaux à l'échelle locale, nationale, européenne voire mondiale.

PENSER LA MODE AUTREMENT

MODULE 7: L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Entre tendance et idéalisme, notre industrie redécouvre, découvre de nouveaux systèmes de création, production et vente.

Dans ce module, nous verrons comment penser la mode autrement, et comment la créativité se renouvelle-t-elle en ouvrant des solutions, des innovations réduisant les impacts négatifs de l'industrialisation.

Possibilité de workshop avec le Textile Lab:

« MODULAR FASHION »

Modular Fashion est une approche de production d'accessoires et de vêtements utilisant le design de modules 2D découpés à la laser. Ils sont assemblés sans couture pour créer des formes 3D modulables.

Cela s'inscrit dans une démarche zero-waste design et d'optimisation des découpes.

L'accent sera mis sur la création d'éléments modulables, de structures et de connexions qui permettent à l'utilisateur final de modifier lui-même la forme d'un vêtement, de le redimensionner ou de remplacer certains éléments.

Conférence « pirater la mode »



MODULE 8: LA TRANSPARENCE ET LA TRAÇABILITÉ

Dans le monde de la mode, son carnet d'adresse, c'est ce que l'on garde précieusement sous clé, la culture du secret et la peur du plagiat règnent en maître.

Et pourtant, avec l'émergence de nouveaux fonctionnements en interne, ou, vers l'extérieur en réseaux, et la volonté des consommateurs de comprendre d'où vient et comment est fabriqué le produit qu'ils achètent, les modes de pensée évoluent.

Dans ce module, nous verrons comment transparence et traçabilité deviennent des outils essentiels au bon fonctionnement des marques de mode responsables.

PENSER LA MODE AUTREMENT

MODULE 9: RÉDUIRE LA CHAÎNE DE VALEURS, IMPORTANCE DES CIRCUITS COURTS ET MISE EN VALEUR DES SAVOIR-FAIRE

Quels maillons de la chaîne de valeurs de l'industrie de la mode peut-on modifier, supprimer, intégrer selon les besoins et les moyens spécifiques de chaque marque?

Quelle place accorder au «Made in France» dans notre conception de la mode responsable?
Pour qui? Pourquoi?

Comment valoriser les savoir-faire locaux ici et ailleurs?

Dans ce module, nous réfléchirons aux différents leviers qui permettent aux marques d'envisager de relocaliser une partie de leur production ainsi qu'à la nécessité de préserver les savoir-faire locaux et de savoir les mettre en valeur.



DIAGNOSTIC ET PRIORITÉS

MODULE 10: Réaliser un diagnostic et poser les priorités

MODULE 10: RÉALISER UN DIAGNOSTIC ET POSER LES PRIORITÉS

Comment évaluer la performance RSE de son entreprise ? Par quoi commencer? Faut-il se focaliser sur certaines activités de l'entreprise ou faut-il repenser en profondeur son business modèle ?

Dans ce module, nous verrons comment questionner son modèle ou son projet d'entreprise pour identifier les leviers de progression RSE, que l'on soit une entreprise bien implantée, une PME ou une TPE.

P E N S E R L'É C O - C O N C E P T I O N

MODULE 11: Le sourcing matières: des alternatives éco-responsables

MODULE 12: Les labels et les certifications

MODULE 13: L'Upcycling, la réduction des déchets et la fin de vie d'un vêtement

MODULE 14: Le packaging et l'étiquette

MODULE 11: LE SOURCING MATIÈRES – DES ALTERNATIVES ÉCO-RESPONSABLES

Matières biologiques, matières recyclées, biomatériaux, plantes endémiques...: difficile de s'y retrouver!

Quelles sont les possibilités d'opter pour des matières plus responsables et quels sont les choix les plus judicieux pour chaque marque?

Matières existantes dans un environnement proche, optimisation des stocks, upcycling...: est-il possible de partir de l'existant?

Dans ce module, nous définirons chaque terme en nous appuyant sur des exemples concrets et des échantillons afin d'apprendre à y voir plus clair.

Possibilité de workshop avec le Textile Lab:

« ENVELOPPE ÉPHÉMÈRE & COQUILLE DURABLE »

Pourquoi utilisons-nous des matériaux qui prennent des centaines d'années à se dégrader pour fabriquer des objets à usage unique? Il semble désormais impératif et même urgent de modifier nos habitudes de consommation et de production de plastiques, en les remplaçant par des matériaux biodégradables capables d'offrir des qualités plus respectueuses.

Faisant partie de la prochaine génération de designers, cette question de bio design est particulièrement importante à explorer, nous permettant ainsi d'ouvrir nos connaissances sur les possibilités que les matériaux naturels peuvent apporter à un futur projet.

Les participants élaborent leurs propres matériaux, bio-plastique, bio-résine, bio-silicone, cuirs alternatifs pour proposer leur interprétation du thème «enveloppe éphémère, coquille durable».

P E N S E R L' É C O - C O N C E P T I O N

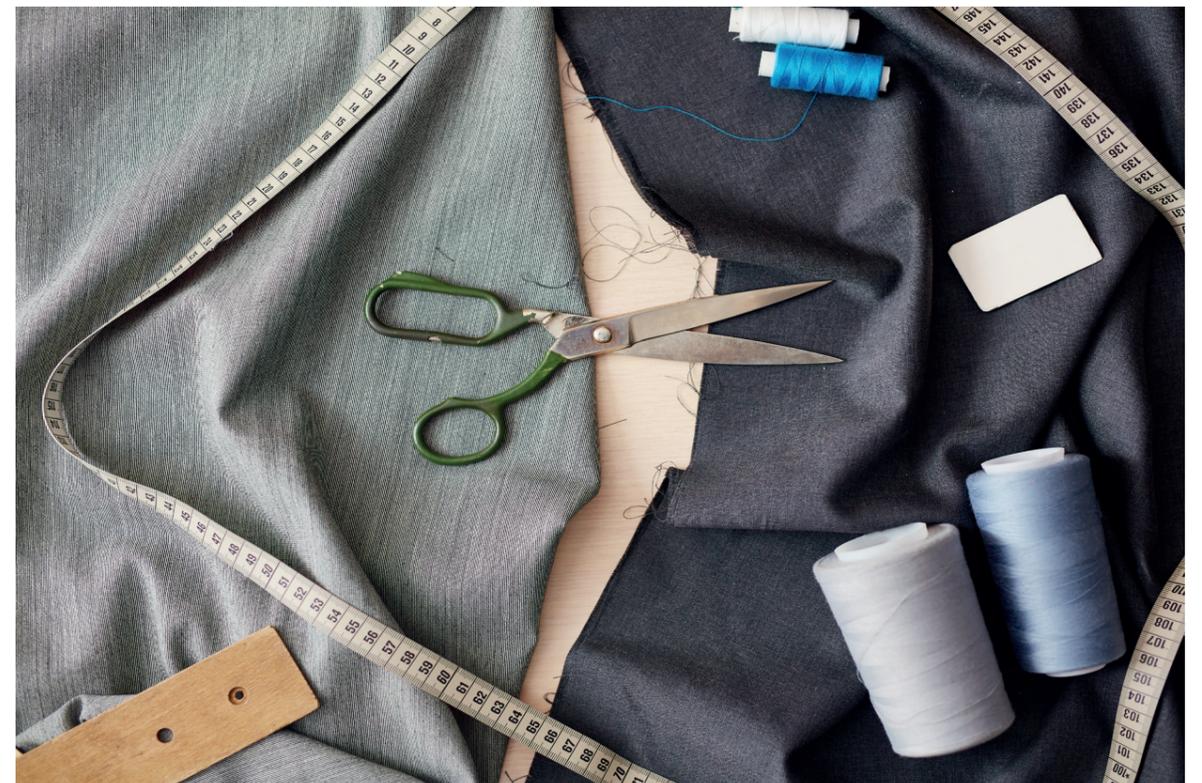
MODULE 12: LES LABELS ET LES CERTIFICATIONS

Qu'est-ce qu'une norme? Qu'est-ce qu'un label?

GOTS, OEKOTEX, GRS, EPV, BCI... dans la jungle des labels, qui certifie quoi?

Comment repérer et analyser un label éco-responsable, de provenance ou de savoir-faire dans le domaine du vêtement?
Quel label privilégier selon les besoins de chaque marque?

Dans ce module, nous définirons chaque terme en nous appuyant sur des exemples concrets afin d'apprendre à y voir plus clair.



P E N S E R L'É C O - C O N C E P T I O N



MODULE 13: L'UPCYCLING, LA RÉDUCTION DES DÉCHETS ET LA FIN DE VIE D'UN VÊTEMENT

Peut-on réduire les déchets dès la conception d'un vêtement? Si oui, comment?

“Reuse, repair, recycle” - une fois confectionné et porté que peut-il advenir d'un vêtement:

Quel réemploi peut-on imaginer pour un vêtement?

Un vêtement est-il réparable? Si oui, par qui et de quelle manière?

Peut-il y avoir de la créativité dans la réparation?

un vêtement peut-il être recyclable? Si oui, est-ce entièrement ou partiellement et sous quelles conditions?

Dans ce module, nous présenterons et définirons l'upcycling : en maîtriser ses principes et son historique.

En plus de mener une réflexion poussée sur ces questions, nous mettrons en pratique certains de ces principes à travers une série de workshops expérimentaux.

Workshop 1:

Projet de confection d'un modèle simple et expérimentation du concept de l'upcycling en collectant des matériaux/ vêtements afin de les valoriser.

Workshop 2:

Changer de paradigme: partir de l'existant ou comment créer une collection cohérente à partir de stocks dormants? (propriétés des tissus, harmonisation des couleurs...)

Workshop 3:

Changer de paradigme: ou comment créer un vêtement en partant d'un métrage donné et en limitant les chutes, réflexion autour du design zero-waste.

Workshop 4, avec le Textile Lab:

« RECYCLAGE, UPCYCLING »

Les problématiques autour du recyclage des déchets et du développement durable deviennent de plus en plus essentielles. Comment réduire notre impact ?

Comment valoriser des déchets en les considérant comme une nouvelle matière première ?

Les participants travailleront à la création d'une matière composite, afin de donner une nouvelle valeur esthétique ou fonctionnelle à des déchets considérés “à faible valeur”.

Ils développeront des processus de réalisation permettant la mise en forme de cette nouvelle

matière (compression, thermoformage, création de plaques, etc.).

Les participants utiliseront des déchets sourcés et collectés par nos soins auprès de différentes sociétés.

P E N S E R L' E C O - C O N C E P T I O N

MODULE 14: LE PACKAGING ET L' ÉTIQUETTE

Pourquoi faut-il emballer un produit?

Quels sont les différentes sortes d'emballages nécessaires et quels buts servent-ils?

Quels matériaux utiliser afin de réduire l'impact écologique de ces emballages?

Quels systèmes peut-on mettre en place afin de réutiliser ces emballages?

Dans ce module, nous définirons les différentes fonctions du packaging et analyserons des exemples concrets d'alternatives innovantes déjà mises en place par certaines entreprises soucieuses de mieux faire en matière de réduction et de réemploi des emballages.

LE «STORY - PROVING»

MODULE 15: Communiquer ses valeurs, actions et résultat: le «story proving»

MODULE 15: COMMUNIQUER SES VALEURS, ACTIONS ET RÉSULTATS: LE « STORY PROVING »

Comment communiquer sur les orientations RSE d'une entreprise ? Faut-il se concentrer sur certains projets ? Doit-on mentionner les limites de ses actions ?

Dans ce module, nous verrons comment dans un monde de communication à 360°, l'engagement n'est rien sans un storytelling adapté, qui viendra ancrer la démarche RSE de l'entreprise dans l'esprit du public.

UNE MARQUE RESPONSABLE

MODULE 16: Commercialiser une marque responsable

MODULE 16: COMMERCIALISER UNE MARQUE RESPONSABLE

L'acte d'achat et l'accessibilité des produits demeurent centraux. La vente de marques réellement engagées doit pouvoir s'établir dans la même dynamique que sa confection.

Alors, vendre oui mais comment ? Peut-on vendre moins mais mieux ?

Quelles sont les spécificités en termes de marges, gestion des stocks etc... des boutiques/distributeurs spécialisé.es de mode responsable?

Dans ce module, nous verrons comment penser à de nouveaux modèles économiques plus adaptés à une marque responsable.

Possibilité d'organiser des rencontres avec des acteurs innovants du secteur (concepts stores, tiers lieux...).



Contact / Informations:
collectif@cent-facons.fr

