

## « Ni la fast fashion ni les grandes maisons » : les étudiants en mode aspirent au renouveau

Les jeunes diplômés de la mode veulent s'émanciper des grandes marques du luxe, qui défilent cette semaine à la fashion week de Paris. Critiques de la « fast fashion », ils aspirent à d'autres modèles, plus conformes à leurs valeurs, mais plus précaires.

Par [Sophie Abriat](#)

Publié le 01 mars 2022 à 00h17 - Mis à jour le 01 mars 2022 à 09h48



Ce soir-là, le Fiasco Club se réunit dans son bar fétiche du 3<sup>e</sup> arrondissement de Paris. Autour d'un verre, le groupe échange à bâtons rompus sur ses projets, évoque les dernières actualités de la mode et partage ses doutes. Ils sont sept, ils ont 24 ans et sont photographes, peintres, stylistes, brodeurs, designers 3D... Ils ont créé ce collectif pendant leurs études de mode et de design graphique à l'école Duperré, où, déjà, ils avaient l'habitude de collaborer. « *Ensemble on se sent plus fort, on cumule les compétences* », avancent-ils. Diplômés d'un master pendant la pandémie, ils se présentent comme « *la promo maudite* », celle qui doit faire sa place sur un

marché du travail qui n'offre que de rares occasions d'embauche. Alors, autant prendre les devants et « *créer son propre modèle de développement* ».

**A sept, ils ont donc fondé le Fiasco Club**, un laboratoire d'expérimentation, « *sans chef ni ego, qui mise tout sur l'horizontalité* ». Une critique à peine voilée du « *système archaïque et monarchique* » de l'industrie de la mode, dans lequel un directeur artistique star domine, au sommet de la pyramide. En fondant leur studio, ils espèrent préserver leur créativité qu'ils craignent de voir s'éteindre en entreprise, piégés par la machine du salariat. « *On a l'impression qu'il faut attendre des années pour se voir confier des missions intéressantes, on n'est pas forcément prêt au sacrifice. Avec le collectif, on travaille sur des projets avec des responsabilités qu'on n'aurait jamais pu avoir dans une grosse boîte* », résumant-ils.

## Figures très punk

Ils ne gagnent pas encore d'argent avec cette structure mais espèrent bien « *percer* » rapidement. D'autres l'ont fait avant eux, comme **le collectif Gamut** fondé en 2018 par des designers diplômés de La Cambre, l'école des arts visuels de Bruxelles. En attendant, ils travaillent en free-lance – tous sont autoentrepreneurs –, acceptant des missions ponctuelles, sans savoir de quoi demain sera fait. Un choix plus ou moins contraint qui leur permet « *d'avoir du temps pour s'investir dans le collectif* ».

Comme de plus en plus de jeunes diplômés et d'étudiants d'école de mode, intégrer une grande maison, comme celles qui défilent cette semaine pour la fashion week de Paris, ne les fait plus vraiment rêver. Et encore moins une enseigne de « *fast fashion* ». « *Durant nos études, on met sur un piédestal des figures très punk de l'histoire de la mode... tout en nous encourageant à rentrer dans le rang. Je n'ai pas envie d'être absorbé par l'industrie, je préfère défendre mon nom, mon identité et ma culture* », souligne Marvin M'toumo, 27 ans, diplômé en 2019 d'un master en mode et accessoires à la Haute école d'art et de design (HEAD) de Genève.

Ce jeune designer fait partie d'un **collectif artistique baptisé Club Poisson** qu'il a cofondé avec trois camarades de promotion de l'école publique suisse. Ensemble, ils créent des objets – des vêtements, du mobilier, des sculptures, des bijoux – en collaborant avec d'autres artistes. « *Dans la mode, on parle plus souvent de compétition que de partage. L'idée d'une association peut sembler naïve mais, d'une certaine façon, ça permet de réhumaniser le milieu* », avance Marvin M'toumo.

A l'Institut français de la mode (IFM) ou à l'école nationale supérieure des arts décoratifs de Paris, le corps enseignant constate l'évolution des aspirations professionnelles des étudiants. Quitte à être parfois déboussolé face à une génération ni dupe ni docile, qui n'hésite pas à pointer du doigt les failles de l'industrie. Le basculement a été rapide : il y a quelques années encore, les étudiants étaient bien plus révérencieux vis-à-vis des marques établies.

## « Poules pondeuses de vêtements »

Faire carrière chez un grand nom était l'objectif. Aujourd'hui, avant de postuler, ils jettent un œil **sur le compte Instagram Interncheap** qui publie des témoignages anonymes de stagiaires dans des entreprises de mode, distribuant bons et mauvais points. Sont notamment

épinglés : le manque de considération, la faiblesse des rémunérations, les tâches ingrates, la surproduction et le gaspillage textile...

« Cette année, nous accueillons une promotion particulièrement critique et lucide sur le système de la mode, témoigne Gilles Rosier, coordonnateur du secteur design vêtement à l'école des arts décoratifs. Depuis cinq ans, on voit apparaître des profils alternatifs qui souhaitent développer leur singularité artistique. Ils ne sont pas prêts à faire des compromis, pas plus qu'ils ne s'embarrassent d'hésitation. Ils se refusent à devenir des poules pondeuses de vêtements. » A choisir, ils préfèrent intégrer une structure à taille humaine ou s'investir dans des missions sociales.

« Cette nouvelle génération porte un regard plus réflexif sur les pratiques des marques de mode : elle questionne leurs discours, les corps qu'elles représentent, les identités qu'elles produisent. Elle est plus politisée, plus engagée socialement aussi. Ces étudiants ont grandi avec les scandales de la mode, ils ont suivi les accusations de racisme, d'appropriation culturelle, de "greenwashing"... Pour eux, [le compte Instagram Diet Prada](#) [qui recense les divers scandales dans la mode] est le justicier idéal du secteur », souligne Manon Renault, enseignante à l'IFM.

Une fois les études et la phase de stage terminées, la désillusion est souvent au rendez-vous. « A l'école, on nous laisse beaucoup de liberté, c'est très stimulant intellectuellement et d'un point de vue créatif. Se retrouver dans une maison de couture à dessiner une boucle de ceinture, ça me fait peur, ça me semble très étriqué. Depuis des années, j'en entends des vertes et des pas mûres sur le milieu. Il y a un parfois un tel décalage entre la beauté des produits et la dureté des conditions de travail que ça devient absurde », fait valoir Anouk Ferradou, 27 ans, diplômée en 2020 du master « design vêtement » de l'école des arts décoratifs, qui a intégré en stage un petit studio de création de bijoux dans lequel elle dit s'épanouir. Elle se voit bien créer le sien un jour, les occasions d'emploi sont peu nombreuses :

« C'est triste, un ami me disait l'autre jour : la seule façon d'avoir un poste aujourd'hui, c'est de remplacer une personne en congé maternité ou une autre qui part en dépression... »

Certains, plus rares, préfèrent quitter le secteur. « La mode ne me fait plus rêver. Avec la culpabilité environnementale, je ne veux absolument pas appartenir à ce monde. Je ne veux pas être un designer qui met sa créativité au service de la consommation, du capitalisme. On sait que le monde va mal, mais on continue à produire. Créer à mon échelle me paraît plus honnête, même si c'est un peu la précarité... », raconte Farès Hadj-Sadok, diplômé en 2020, aujourd'hui plasticien, qui a rejoint un collectif d'artistes.

## Morceaux de tuyaux d'arrosage

A [Casa 93, l'école de mode alternative](#) et gratuite fondée en 2017 par Nadine Gonzalez, aujourd'hui installée à Montreuil (Seine-Saint-Denis), les valeurs d'entraide et de partage sont placées au cœur de la formation. Les projets de plusieurs diplômés sont aujourd'hui incubés par Positive Planet, l'association de Jacques Attali qui promeut l'entrepreneuriat social. Ils planchent sur le lancement d'une marque de « slow fashion » (création de pièces uniques fabriquées à partir de matériaux recyclés) et sur la création d'un tiers-lieu artistique.

*« C'est à nous d'inventer nos propres structures collaboratives et éthiques, nous n'avons pas d'autre choix, résume Idriss Bellouti, 27 ans, diplômé de l'école en 2019. La "fast fashion" a abruti le monde entier et il faut reconscientiser les gens sur le travail qu'il y a derrière un vêtement. »*

Un constat partagé par Lora Sonney, diplômée de la HEAD en 2021, qui a remporté le prix du master « mode » de l'école avec sa collection réalisée à partir de morceaux de tuyaux d'arrosage recyclés et assemblés à chaud grâce à une presse textile. Elle aimerait lancer sa marque de prêt-à-porter. *« Je ne me vois pas faire carrière dans une marque de mode, je crains trop de perdre ma liberté. Mais on reste jugé sur les grands noms pour lesquels on a travaillé. Si on n'est pas passé par une maison réputée, ça fait tache sur un CV. C'est dommage que ça reste encore perçu comme le critère ultime de réussite... »*, avance la créatrice de 25 ans. Lucide, cette génération avoue aussi sa dépendance économique vis-à-vis des groupes du secteur. *« Si demain je dois payer mes factures, est-ce que je ne serais pas obligé de devenir un agent du système que je critique ? C'est notre grand dilemme à tous »*, conclut Marvin M'toumo.

**Sophie Abriat**