

**Les perspectives sur l'influence des tendances françaises en matière de
mode durable en Inde**

A Dissertation for

Course code and Course Title: FRE-651 Dissertation

Credits: 16

Submitted in partial fulfilment of Masters of Arts in French

by

JOYCE JACOB

Seat Number : 22P0120004

ABC ID : 255-806-738-717

PRN : 201800398

Under the Supervision of

KSHAMA D. DHARWADKAR

Shenoi Goembab School of Languages and Literature

Discipline of French and Francophone Studies



GOA UNIVERSITY

DATE: APRIL 2024

Examined by:

Seal of the School

DECLARATION BY STUDENT

I hereby declare that the data presented in this Dissertation report entitled, “ **Les perspectives sur l’influence des tendances françaises en matière de mode durable en Inde** ” is based on the results of investigations carried out by me in the Discipline of French and Francophone Studies at the Shenoj Goembab School of Languages and Literature, Goa University under the Supervision of Ms.Kshama D. Dharwadkar and the same has not been submitted elsewhere for the award of a degree or diploma by me. Further, I understand that Goa University or its authorities will not be responsible for the correctness of observations / experimental or other findings given the dissertation.

I hereby authorise the University authorities to upload this dissertation on the dissertation repository or anywhere else as the UGC regulations demand and make it available to any one as needed.

Date: 18-04-2024

Place: Goa University



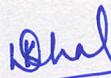
Joyce Jacob

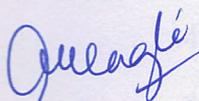
(22P0120004)

COMPLETION CERTIFICATE

This is to certify that the dissertation report “Les perspectives sur l’influence des tendances françaises en matière de mode durable en Inde” is a bonafide work carried out by Ms. Joyce Jacob under my supervision in partial fulfilment of the requirements for the award of the degree of Masters of Arts in the Discipline of French and Francophone Studies at the Shenoj Goembab School of Languages and Literature, Goa University.

Date: 18/04/24


Ms. Kshama D. Dharwadkar


Date:
Place: Goa University



School Stamp

TABLE DES MATIÈRES

Chapitre	Titre	Numéros de page
	Préface	i
	Remerciements	ii
	Résumé	iii
1	Introduction	1- 15
	1.1 Contexte	1- 11
	1.2 Objectifs de la recherche	11 - 12
	1.3 Questions de recherche	12
	1.4 Portée de la recherche et ses limites	13-15
2.	Revue de la littérature	16 - 27
	2.1 Les Effets négatifs de l'industrie de la mode	16 - 18
	2.2 La Mode durable et son importance	18 - 22
	2.3 Cadre théorique - L'esthétique verte dans l'habillement	22 - 27
3.	Methodologie	28-29
4.	Analyse et Discussions	30 - 52
	4.1 Introduction	30 - 31
	4.2 l'essor de la mode durable en france - le centre mondial de la mode	31 -36
	4.3 La disparition de la tradition de la mode durable en inde	36 - 37
	4.4 L'adoption des initiatives françaises en matière de mode durable pour relancer la mode artisanale en inde	37 - 40
	4.5 L'adoption croissante de la mode durable en inde	41 - 43

4.6 Influence potentielle des politiques et tendances françaises en matière de développement durable	43 - 52
6. Conclusion	53 - 59
Références	60 - 70
Annexe I - Transcriptions des réponses reçues pendant l'entretien et dans la questionnaire	71- 89
Annexe II - Exemplaires de la formulaire de consentement et de la questionnaire	90-95

PRÉFACE

L'industrie de la mode, qui génère des trillions de revenus et emploie des millions de personnes, est depuis longtemps confrontée au défi de la durabilité. Alors que le monde exige de plus en plus de pratiques éthiques et respectueuses de l'environnement, la nécessité d'un changement de paradigme dans l'industrie n'a jamais été aussi nécessaire. La thèse approfondit le mouvement de la mode durable en expansion, en mettant l'accent sur les efforts pionniers de la France et le potentiel de leurs approches pour révolutionner le paysage de la mode indienne.

L'étude examine les dimensions environnementales, sociales et économiques de la mode durable, en soulignant comment les politiques, les tendances et les stratégies françaises pourraient catalyser une transformation dans le contexte indien. Des cadres réglementaires aux centres de collaboration, l'analyse révèle des possibilités d'échange de connaissances interculturelles et de relations amicales entre les deux pays.

L'étude offre une feuille de route visionnaire pour un avenir plus durable, où l'innovation, la tradition et la coopération mondiale convergent pour créer un secteur véritablement éthique et éco-responsable. Les conclusions et les recommandations présentées pourraient potentiellement remodeler le paysage de la mode et contribuer à l'agenda plus large de la durabilité.

REMERCIEMENTS

Au tout début, je rends grâce à Dieu pour ses abondantes bénédictions.

Mes plus vifs remerciements vont à Mme.Kshama D. Dharwadkar qui m'a toujours guidée et sans son appui, il serait impossible pour moi de réaliser ce mémoire. Je suis toujours reconnaissante envers elle.

Je tiens à exprimer ma profonde gratitude à Svetlana Pinto, à Anthony Alphonso, à Pooja Dhabuwala, à Diya Sharma et à Dhanya Mathew pour leur participation et leur coopération dans mon étude. Leurs précieuses connaissances ont grandement contribué à mener à bien ma recherche.

Je tiens également à remercier la Discipline de français et d'études francophones à l'Université de Goa pour m'apporter toujours leur soutien.

Je remercie chaleureusement ma famille et mes amis pour leur soutien et leur encouragement constants. En bref, je suis reconnaissante à tous ceux qui m'ont aidé pendant ma mémoire

RÉSUMÉ

Cette thèse explore l'influence potentielle des tendances, politiques et stratégies de la mode durable française sur l'industrie de la mode indienne. Le secteur de la mode est une industrie mondiale de plusieurs milliards de dollars aux prises avec des problèmes de surconsommation, de dommages environnementaux et d'exploitation du travail. La mode durable a émergé comme un remède crucial, cherchant à transformer les pratiques de l'industrie pour être écologiquement et socialement responsables. La France a été à la pointe du mouvement de la mode durable, mettant en œuvre une expertise dans les matériaux respectueux de l'environnement, les modèles d'affaires circulaires et l'éducation des consommateurs. Attendu que l'Inde, en tant que grand producteur de textiles et de vêtements, est confrontée à des défis importants, notamment l'accumulation de déchets textiles, la dégradation de l'environnement et l'exploitation du travail. La recherche examine les perspectives de cinq créateurs de mode indiens concernant l'adoption par l'Inde d'initiatives durables françaises. Le mémoire conclut qu'en adoptant et en contextualisant stratégiquement les méthodes françaises de mode durable, l'Inde peut subir une transformation vers une industrie de la mode plus éthique, inclusive et respectueuse de l'environnement. Cet échange interculturel a également le potentiel de renforcer les liens culturels et économiques entre la France et l'Inde.

Mots- clés : Mode durable, France, Inde, Éthique, Perspective, Transformation positif

CHAPITRE 1 : INTRODUCTION

1.1 CONTEXTE

L'industrie de la mode est l'une des plus importantes au monde, générant plus de 2500 milliards de dollars de revenus et employant plus de 75 millions de personnes. Il s'agit d'un écosystème mondial qui englobe la conception, la fabrication, la distribution, le marketing et la vente de vêtements, de chaussures et d'accessoires. Il s'agit d'un secteur dynamique et interconnecté qui évolue constamment pour satisfaire les demandes des clients. Il comprend des marques de luxe haut de gamme et des marques de fast fashion pour le marché de masse. Néanmoins, les effets négatifs de ce secteur sur la société et l'environnement ont attiré l'attention ces dernières années. Dans son article intitulé *Why Fast Fashion is a problem*, le critique de mode Derek Ma indique que, par rapport à l'année 2000, l'individu moyen achète 60 % de vêtements en plus chaque année, mais qu'il ne les garde que la moitié du temps (Maiti). La fameuse tendance de la « mode jetable » a des effets néfastes sur la durabilité. Le paradigme de la mode conventionnelle s'est avéré non durable, avec des problèmes allant des droits de l'homme à l'utilisation abusive des ressources naturelles, en passant par la pollution, les émissions de carbone, l'inégalité entre les sexes, etc. Par conséquent, la notion de mode durable est apparue comme une solution possible pour réduire l'impact de l'activité tout en optimisant les avantages pour l'humanité et l'environnement.

Le développement durable est adopté et mis en valeur par l'ONU. Face à l'augmentation des problèmes environnementaux et sociaux, les Nations unies a lancé les objectifs de développement durable en 2015 et fait appel au monde pour œuvrer dans ce sens (Programme des Nations Unies pour le développement). Un des leurs objectifs est de consommer et produire responsable (Programme des Nations Unies pour le développement). L'industrie de la mode nécessite un changement révolutionnaire par rapport aux seuls modèles

commerciaux qui engendrent la surproduction, la surconsommation, l'exploitation et le gaspillage. Ainsi, la mode durable est définie comme la conception, la production et la consommation de vêtements et d'accessoires ayant un faible impact sur l'environnement et favorise la durabilité sociale et économique (Abbate). L'importance de la mode durable reflète un changement fondamental dans la manière dont nous produisons, consommons et éliminons les vêtements et les textiles, qui devient de plus en plus critique dans le contexte de l'épuisement des ressources, du changement climatique et de l'augmentation des disparités socio-économiques.

Ce chapitre introductif aborde les aspects généraux de la mode durable, notamment ses éléments environnementaux, sociaux et économiques. Il est suivi de l'essor de la mode durable en France et de la nécessité d'accroître la durabilité de la mode dans un pays en développement comme l'Inde. Ce chapitre sert de cadre à des recherches et analyses supplémentaires tout au long de la mémoire.

1.1.1 Pertinence Environnementale de la Mode Durable

L'impact de l'industrie de la mode sur l'environnement est énorme. Alors que la fabrication de fibres synthétiques entraîne une pollution plastique et dépend fortement de ressources non renouvelables comme le pétrole, la culture de fibres naturelles, comme le coton, nécessite d'importantes quantités d'eau et de pesticides. Selon le *World Resources Institute*, une seule chemise en coton peut être produite avec environ 2 700 litres d'eau, ce qui est suffisant pour faire vivre une personne pendant 2,5 ans (Reichart et Drew). Les procédures de teinture et de finition des textiles entraînent souvent des fuites de produits chimiques dangereux dans les cours d'eau, de sorte que cette utilisation excessive d'eau limite les réserves d'eau douce et contribue également à la pollution de l'eau. Le processus de production de textiles et de vêtements, qui consomme beaucoup d'énergie, dépend principalement des combustibles fossiles pour faire fonctionner les usines, les véhicules et les

autres machines. Environ 10 % des émissions de gaz à effet de serre dans le monde sont attribuées au secteur de la mode, qui contribue grandement au changement climatique et à ses effets catastrophiques sur les écosystèmes et les populations du monde entier. Ces problèmes environnementaux résultent de la surconsommation du secteur et de sa dépendance à l'égard de la « fast fashion ». Les vêtements et les textiles sont jetés à un rythme effarant, remplissant les décharges et exacerbant le problème des déchets textiles.

La mode durable propose diverses approches pour résoudre ces problèmes environnementaux. L'utilisation de matériaux innovants, organiques et recyclés, tels que le bambou ou les fibres dérivées de champignons, peut réduire considérablement les besoins de l'industrie en intrants toxiques et diminuer son impact sur l'environnement. Les méthodes de production en circuit fermé, qui réduisent les déchets et recyclent ou réutilisent les ressources en permanence, peuvent améliorer encore l'efficacité des ressources et la durabilité.

En outre, la gestion éthique de l'eau, les économies d'énergie et la mise en œuvre de technologies propres tout au long de la chaîne d'approvisionnement sont encouragées par la mode durable (Samani). Les techniques de la mode durable réduisent l'impact environnemental de l'entreprise et contribuent à préserver les ressources naturelles pour les générations futures en accordant une priorité absolue aux enjeux environnementaux tout au long du cycle de vie du produit.

1.1.2 Pertinence Sociale de la Mode Durable

Dans les pays en développement, la condition humaine et les moyens de subsistance de millions de travailleurs sont affectés par le secteur de la mode. Ce secteur connaît des problèmes tels que des mauvaises conditions de travail, des bas salaires, le travail forcé et le travail des enfants, ce qui souligne la nécessité d'une plus grande responsabilité et d'une plus grande transparence. La mode durable donne la priorité à la responsabilité sociale et au

comportement éthique. Elle promeut des conditions de travail sûres, une législation du travail équitable et la protection des droits des travailleurs tout au long de la chaîne d'approvisionnement. Il s'agit de s'assurer que les employés ne sont pas victimes de discrimination ou d'exploitation, qu'ils ont accès à des soins de santé et à une éducation de qualité, et qu'ils sont rémunérés de manière équitable. En outre, la mode durable peut soutenir la préservation des communautés d'artisans traditionnels et leur offrir des opportunités économiques en respectant et en protégeant leurs connaissances et leurs pratiques traditionnelles.

Les consommateurs peuvent également bénéficier de la pertinence sociétale de la mode durable. La mode durable permet aux consommateurs de prendre des décisions éclairées et de faire correspondre leurs achats à leurs convictions éthiques et morales en encourageant des pratiques de consommation conscientes et en augmentant la transparence concernant l'origine et le cycle de vie des vêtements.

1.1.3 Pertinence Économique de la Mode Durable

La production et la consommation de mode suivent un modèle linéaire typique, qui est source de gaspillage et d'inefficacité et qui entraîne d'importantes pertes financières et des possibilités perdues. La mode durable propose un modèle économique circulaire et régénératif, dans lequel les ressources sont maximisées, les déchets réduits et la valeur gardée tout au long du cycle de vie du produit. En augmentant l'efficacité des ressources, en réduisant les dépenses liées à la gestion des déchets et en développant de nouvelles sources de revenus grâce au recyclage, à l'upcycling et aux systèmes de services pour les produits, il est possible de réaliser des économies (Ellen MacArthur Foundation, Circular Economy).

Les entreprises qui parviennent à intégrer le développement durable dans leurs activités et leurs stratégies de marketing bénéficient également de la demande croissante des

consommateurs pour des produits éthiques et durables. La transparence, l'approvisionnement éthique et les pratiques durables sont autant de moyens pour les marques de se démarquer sur un marché encombré et de conquérir des clients consciencieux qui les suivront au fil du temps. En outre, la mode durable stimule l'innovation dans divers domaines, notamment la gestion des déchets, la logistique, la science et la technologie des matériaux.

1.1.4 La Mode Durable en France - Le Centre Mondial de la Mode

La France est connue dans le monde entier pour être le moteur des tendances mondiales de la mode. Avec l'essor de maisons de haute couture comme Chanel, Dior et Yves Saint Laurent au XIXe siècle, la France a consolidé son statut de centre mondial de la mode. La plupart des créateurs de mode, des marques et des maisons de luxe les plus célèbres du monde sont basés à Paris, notamment Louis Vuitton, Hermès, Christian Dior, Celine et Givenchy. Paris devient ainsi la capitale mondiale de la mode. Mais le succès glamour de l'industrie de la mode rapide a posé de redoutables défis pour équilibrer la demande des consommateurs, la compétitivité économique et, plus important encore, la responsabilité environnementale et sociale.

Au cours des dernières décennies, la France a remis en question les normes mondiales en matière de mode et a commencé à plaider vigoureusement en faveur de pratiques de mode durable. L'industrie française de la mode a favorisé cette transformation où les créateurs, les marques et les clients contribuent à l'importance croissante de la mode durable. La dynamique de croissance du mouvement de la mode durable en France est devenue influente et indéniable.

1.1.5. L'Impact de la Mode Durable Française

L'importance croissante de la mode durable en France a eu un impact considérable sur l'ensemble de l'industrie de la mode, au niveau national ainsi qu'international. Voici quelques-unes des principales façons dont la mode durable a influencé l'industrie en France :

a. Changements dans les attitudes et les comportements des consommateurs

L'émergence de la mode durable en France a coïncidé avec une évolution des opinions et des comportements des consommateurs. Les consommateurs français, en particulier les jeunes générations, sont de plus en plus conscients des implications environnementales et sociales de leurs choix en matière de mode. Une enquête réalisée en 2020 par la Fédération de la Haute Couture et de la Mode a révélé qu'environ 70 % des clients français sont prêts à payer plus cher pour des produits de mode durables et éthiques (Brown).

Cette évolution de l'opinion des consommateurs a poussé les entreprises de mode à adopter des pratiques plus durables. De nombreuses entreprises françaises ont réagi en lançant des lignes de produits écologiques, en s'approvisionnant en matériaux durables et en mettant en œuvre des processus de chaîne d'approvisionnement plus éthiques et plus transparents.

b. Changements réglementaires

Le gouvernement français a également joué un rôle important dans l'avancement du mouvement de la mode durable en mettant en œuvre diverses mesures réglementaires. En 2017, le gouvernement a adopté la loi sur le devoir de vigilance, qui charge les grandes entreprises de mettre en œuvre des méthodes de diligence raisonnable pour détecter et prévenir les violations des droits de l'homme et de l'environnement dans leurs chaînes d'approvisionnement. En 2019, le gouvernement a renforcé son engagement en faveur de la mode durable en lançant le Pacte national pour l'économie circulaire des textiles, qui promeut

la réutilisation, le recyclage et l'élimination responsable des produits textiles. Plus de 100 entités ont adhéré à l'accord, dont de grandes marques et boutiques de mode.

c. Émergence de centres de la mode durable

La France a également vu la création d'un certain nombre de centres et d'écosystèmes axés sur la promotion de la mode durable. L'un des plus remarquables est le Campus de la Mode Durable, situé à Pantin, en banlieue parisienne. Le campus, qui a ouvert ses portes en 2019, sert de plaque tournante pour l'éducation, la recherche et l'innovation en matière de mode durable, abritant une variété d'organisations et d'initiatives dédiées à la mode durable.

D'autres pôles importants comprennent Clichy-Batignolles, un éco-quartier parisien qui est devenu une plaque tournante pour les entreprises et les projets de mode durable, ainsi que la Vallée de la mode durable dans la région de la Haute-Loire, qui promeut la production textile durable.

d. Influence sur l'industrie mondiale de la mode

Les créateurs et les entreprises françaises ont été à l'avant-garde du mouvement de la mode durable, et nombre d'entre eux ont reçu une reconnaissance internationale pour leurs techniques inventives et respectueuses de l'environnement. Stella McCartney, créatrice d'origine britannique qui défend depuis longtemps la mode durable, en est l'un des exemples les plus visibles. Installée depuis longtemps à Paris, elle a utilisé son profil pour plaider en faveur de méthodes plus éthiques et plus respectueuses de l'environnement dans l'industrie de la mode. D'autres créateurs et entreprises français, comme Veja, Sézane et Lemaire, ont reçu une reconnaissance internationale pour leur engagement en faveur de la durabilité, consolidant ainsi la position de la France en tant que leader mondial du mouvement de la mode durable.

Alors que les créateurs, les entreprises et les clients français continuent de montrer la voie en adoptant des méthodes plus respectueuses de l'environnement et plus éthiques, l'impact du mouvement de la mode durable devrait s'étendre à l'ensemble du secteur de la mode. En servant d'exemple en matière de mode durable, la France peut aider à façonner l'avenir de l'industrie et contribuer à un avenir plus durable et plus équitable pour tous.

1.1.6. Le Développement Durable dans l'Industrie indienne de la Mode

L'industrie de la mode en Inde est dynamique et en pleine évolution. Les marques et les créateurs nationaux gagnent en importance aux côtés des acteurs mondiaux. Avec une évaluation prévue de plus de 100 milliards de dollars d'ici 2023, l'Inde est une centre majeure pour la fabrication de textiles et de vêtements, avec la plus grande main-d'œuvre qualifiée. Ces dernières années, l'Inde s'est développée à un rythme rapide de 10 à 12 % par an, grâce à l'augmentation des revenus disponibles, à l'urbanisation et à une plus grande sensibilisation des clients indiens aux marques (Chalhoub 2023).

Malheureusement, le riche héritage textile de l'Inde et la croissance rapide de sa base de consommateurs n'ont pas été épargnés par les effets néfastes de la mode rapide. Le pays a connu une expansion rapide des entreprises de fast fashion, ce qui a entraîné une augmentation des déchets textiles, de l'exploitation de la main-d'œuvre et de l'empreinte carbone. Heureusement, une sensibilisation croissante à la durabilité et à la consommation éthique a favorisé l'essor des initiatives de mode durable en Inde, offrant une alternative viable aux pratiques non durables de l'industrie de la fast fashion. Mais pour un pays qui compte la plus grande population au monde, les défis à relever pour parvenir à une mode durable maximale sont réalisables mais très exigeants.

1.1.7 Les Défis de la Mode Rapide en Inde

a. Accumulation rapide de déchets textiles

L'accumulation rapide de déchets textiles est l'un des problèmes les plus graves soulevés par la fast fashion en Inde. Le modèle de la fast fashion promeut une mentalité d'achat et de rejet, dans laquelle les consommateurs sont constamment encouragés à acheter de nouveaux vêtements à bas prix, pour ensuite les jeter en faveur des dernières tendances (Sierra). Cela a entraîné une augmentation phénoménale des déchets textiles en Inde, qui s'efforce de gérer la quantité massive de vêtements gaspillés.

Selon l'Association indienne des fabricants de vêtements, le pays produit environ 4 millions de tonnes de déchets textiles chaque année, dont une grande partie finit dans des décharges ou est brûlée, générant ainsi des polluants dangereux dans l'environnement (Igini). Non seulement ces déchets dégradent l'environnement, mais ils pèsent également sur les infrastructures de traitement des déchets du pays, déjà surchargées. La situation est aggravée par le manque d'installations de recyclage et de valorisation efficaces en Inde. Bien que certaines mesures aient été prises pour résoudre ce problème, comme la construction de centres de recyclage des textiles, la capacité globale reste insuffisante pour traiter la quantité massive de déchets textiles générés.

b. L'empreinte environnementale de la fast fashion

Le secteur de la mode rapide contribue également de manière significative à la détérioration de l'environnement en Inde. La fabrication de vêtements, depuis la culture des matières premières jusqu'aux processus de fabrication et de teinture, utilise d'énormes quantités d'eau, d'énergie et de produits chimiques, qui ont tous un impact significatif sur l'environnement. Le secteur textile est l'un des plus gros consommateurs d'eau, avec une utilisation estimée à 153 milliards de mètres cubes par an. Les procédures de teinture et de finition, en particulier, consomment beaucoup d'eau et utilisent fréquemment des produits

chimiques toxiques qui sont rejetés dans les plans d'eau adjacents, endommageant ainsi l'écosystème local. En outre, la chaîne d'approvisionnement de la mode rapide fait largement appel aux combustibles fossiles, ce qui alourdit l'empreinte carbone de l'industrie. La circulation mondiale des matières premières, des produits intermédiaires et des produits finis augmente les émissions globales de gaz à effet de serre de l'industrie.

c. Exploitation des travailleurs dans la chaîne d'approvisionnement

Le secteur de la mode rapide en Inde est également touché par l'exploitation des travailleurs tout au long de la chaîne d'approvisionnement. La nécessité de produire des vêtements rapidement et à bas prix conduit souvent à l'exploitation des travailleurs de l'habillement, dont beaucoup sont des femmes et des enfants, dans de mauvaises conditions de travail. Le secteur indien de l'habillement est fortement tributaire d'installations informelles et souvent non réglementées, où les travailleurs peuvent être soumis à de longues heures de travail, à de faibles salaires et à des conditions de travail dangereuses. Le récent accident du Rana Plaza au Bangladesh, qui a coûté la vie à plus de 1 100 ouvriers de l'habillement, nous rappelle à quel point les pratiques de l'industrie de la mode coûtent des vies humaines (Ellen Macarthur Foundation, *A New Textiles Economy*, 18).

En outre, il est difficile de tenir les grandes marques responsables des violations des droits du travail en raison de la structure de sous-traitance largement utilisée dans le secteur, qui leur permet de se dissocier des conditions de travail dans leur chaîne d'approvisionnement.

En conclusion, pour encourager la croissance de la mode durable en Inde, nous devons surmonter plusieurs obstacles auxquels le secteur est confronté. La mode durable accessible et abordable pour le public est l'un des principaux obstacles. Une grande partie de la population indienne n'a pas les moyens de payer les prix élevés associés à de nombreuses entreprises

écologiques et éthiques. Il faudra un effort coordonné pour résoudre ce problème en augmentant la taille de la production durable, en optimisant les chaînes d'approvisionnement et en rendant la mode durable plus accessible au grand public. Le manque d'éducation et de connaissances des consommateurs concernant les effets sociaux et environnementaux négatifs de la mode rapide est un autre problème. Même si la prise de conscience progresse, des efforts et des initiatives plus importants sont encore nécessaires pour éduquer les consommateurs et leur permettre de prendre des décisions avisées.

Une stratégie diversifiée est nécessaire pour surmonter ces obstacles et faire progresser le mouvement de la mode durable en Inde. Étant donné que la France a connu le succès dans ses efforts de développement durable, l'adoption de plusieurs politiques et tendances françaises en matière de mode durable et leur application dans le contexte de la mode indienne pourraient devenir une technique révolutionnaire pour créer un impact positif significatif dans l'industrie, à savoir la circularité de la mode et le système en boucle fermée, l'encouragement des matériaux et de la production respectueux de l'environnement, l'éducation des consommateurs et la transparence, la prolongation de la durée de vie des vêtements, etc.

1.2 OBJECTIFS DE LA RECHERCHE

L'étude de recherche vise à déterminer si les tendances, les politiques et les stratégies françaises en matière de mode durable contribueront à révolutionner l'industrie de la mode indienne. Elle analyse également la possibilité de développer des liens culturels entre les deux pays.

1. Définir 'la mode durable' et sa pertinence dans le monde contemporain.

2. Explorer les tendances françaises en matière de mode durable et son influence sur l'industrie de la mode.

3. Étudier l'état actuel de l'industrie indienne de la mode et la nécessité et la pertinence de durabilité.
4. Évaluer les tendances, les politiques et les stratégies françaises en matière de mode durable pour améliorer les techniques de mode en Inde
5. Analyser les perspectives des experts indiens connus de l'industrie de la mode sur l'adoption des tendances durables françaises en Inde et comment cela façonnera l'industrie de la mode durable indienne dans le présent et à l'avenir.
6. Déterminer comment cette recherche aidera à développer les liens culturels entre la France et l'Inde.

1.3. QUESTIONS DE RECHERCHE

Les questions de cette recherche sont les suivantes :

1. Qu'est-ce que la mode durable ? Pourquoi est-il nécessaire de promouvoir cette tendance pour un meilleur avenir ?
2. Quelles sont les politiques et les stratégies mises en œuvre par les français pour promouvoir la mode durable ?
3. Pourquoi l'Inde a-t-elle adopté la mode durable et comment la France a-t-elle influencé la transformation des pratiques indiennes en matière de mode durable?

4. Quels sont les points de vue des experts indiens de l'industrie de la mode sur le développement durable en France et quelles sont leurs idéologies sur la mise en œuvre de ces tendances en Inde ?

5. Comment les changements révolutionnaires durables développeront-ils les liens culturels entre la France et l'Inde ?

1.4. PORTÉE DE LA RECHERCHE ET SES LIMITES

1.4.1 Nécessité dans le Domaine de la Langue et de la Littérature

Selon les tendances de recherche de Google (2010-2021), le volume de recherche mondial pour des termes tels que « mode durable, » « mode vestimentaire » et « mode rapide » ont connu une forte hausse depuis 2016, en particulier dans le cas de la « mode durable » (Jørgensen et Jensen 168). Avec la prise de conscience mondiale de l'impact environnemental de la consommation de vêtements, la publication d'articles de revues la publication d'articles de revues consacrés à la « durabilité de la mode » au cours de la dernière décennie, plus précisément entre 2010 et 2020 (Islam 135). Les nouveaux magazines de mode indien commençaient à paraître plus souvent à cette époque et il y avait également une augmentation évidente de la quantité de numéros spéciaux traitant de sujets tels que la consommation verte, le développement durable etc. La reconnaissance, l'attention et la compréhension croissantes de l'importance de la durabilité de la mode indienne ont conduit à une abondance de recherches universitaires dans ce domaine. Mais même avec toutes ces études, beaucoup d'entre elles sont encore déconnectées et fragmentées en raison de la diversité des objectifs, des centres d'intérêt et des approches de la recherche. Il est donc nécessaire d'aller plus loin dans la transformation de l'industrie indienne de la mode durable en s'imprégnant des pratiques révolutionnaires de l'industrie française de la mode durable.

Cette étude pourrait contribuer aux études portant sur le développement de la durabilité de la mode. À l'avenir, des processus de génération de textes et de vocabulaires divers pourraient être mis en place, ce qui contribuerait à une mode écologique à l'échelle mondiale.

1.4.2. Pertinence pour la Société

Le secteur de l'habillement est la deuxième industrie la plus polluante au monde. C'est pourquoi il devrait devenir durable. La durabilité de la mode indienne est complexe et comporte trois facettes aussi importantes l'une que l'autre : l'aspect social, l'aspect environnemental et l'aspect économique. L'aspect environnemental prend en compte la création de valeur écologique et la préservation des ressources. L'aspect social vise à garantir le bonheur des consommateurs. La pertinence et l'identité sont données par les éléments esthétiques et culturels. Le profit de l'entreprise commerciale ou industrielle est examiné sous l'angle économique.

L'intégration des pratiques françaises radicales en matière de mode durable dans le contexte indien pourrait garantir l'échange de connaissances sur la durabilité de la mode, les lois et les réglementations, les collaborations interfonctionnelles, les investissements dans la recherche et le développement et un apprentissage axé sur l'innovation. En outre, la collaboration interfonctionnelle garantit la synergie entre les différents secteurs internes et les parties prenantes impliquées dans la création de biens et de processus de livraison durables du point de vue de l'environnement.

Compte tenu des différences culturelles, économiques et infrastructurelles entre la France et l'Inde, cette étude vise à comprendre et à identifier les tendances, politiques et stratégies françaises en matière de mode durable qui pourraient être adoptées par l'industrie de la mode indienne pour révolutionner la durabilité. En étudiant l'industrie de la mode indienne

et les préférences des consommateurs, ces tendances et politiques devront être soigneusement analysées, contextualisées et adaptées au marché indien.

En revanche, l'étude reconnaît des limites suivantes. D'abord, l'étude comprend les points de vue de cinq professionnels de la mode indiens et cette approche d'échantillonnage raisonné peut limiter la généralisabilité des résultats, car les participants peuvent ne pas être pleinement représentatifs de l'ensemble de l'industrie de la mode et de la population de consommateurs. Ensuite, en tant qu'étude qualitative, l'analyse et l'interprétation des données impliqueront inévitablement un certain degré de subjectivité de la part du chercheur, malgré les efforts déployés pour assurer la fiabilité. Enfin, l'étude saisit un instantané dans le temps, et l'évolution rapide de l'industrie de la mode et des pratiques durables peut limiter l'applicabilité à long terme des résultats.

Le mémoire est ensuite divisé en cinq chapitres. Le chapitre suivant de la recherche s'appuie sur l'analyse de la littérature qui est étayée par la théorie de « l'esthétique verte » et les points de vue qui en découlent. Le troisième chapitre présente la méthodologie qualitative utilisée dans la recherche. Le quatrième chapitre propose une analyse détaillée de l'adoption des tendances et des politiques françaises en matière de mode durable dans l'industrie de la mode indienne et le cinquième chapitre fournit une conclusion générale sur le sujet de la recherche.

CHAPITRE 2 : REVUE DE LA LITTÉRATURE

L'industrie de la mode connaît un énorme succès et voit ses bénéfices augmenter plus que jamais (Ellen Macarthur Foundation, *A New Textiles Economy*). Selon *Fashion United*, l'industrie mondiale de la mode pèse 3000 milliards de dollars et contribue à hauteur de 2 % au PIB mondial. Lambert a cité dans sa thèse que l'industrie de la mode, dont la chaîne d'approvisionnement est étendue dans le monde entier par des échanges fréquents, est un excellent exemple de la mondialisation actuelle (11). La mode rapide s'est imposée comme le modèle commercial dominant du secteur.

2.1 LES EFFETS NÉGATIFS DE L'INDUSTRIE DE LA MODE

En revanche, cette industrie florissante est responsable d'avoir des conséquences négatives sur la société et l'environnement (Ellen Macarthur Foundation, *A New Textiles Economy*, 19). Il s'agit de la deuxième industrie la plus polluante au monde et de nombreux scandales sociaux ont mis en lumière les mauvaises conditions de travail et la pression considérable à laquelle sont soumis les travailleurs de l'industrie. L'industrie textile consomme 4 milliards de tonnes d'équivalent dioxyde de carbone chaque année. Selon l'ADEME et cité par *ESI-Business School*, La production et le transport des matières premières représentent 8 % des émissions mondiales de gaz à effet de serre. Avec l'augmentation considérable de la consommation de vêtements, ces chiffres devraient augmenter. En outre, le secteur de l'habillement et de textile pollue environ 200 tonnes d'eau par tonne de production. L'eau est utilisée en grande quantité pour la culture des fibres, et pollue en éliminant les impuretés, les colorants et les produits d'apprêt. En fait, la fabrication d'un jean nécessite entre 7 000 et 10 000 litres d'eau. Même si les fibres sont bio ou naturelles, l'usage des pesticides dans leur culture et celui des matières synthétiques comme le polyester ou le polyamide dans la fabrication des vêtements perturbent leur processus

naturel de décomposition (Niinimaki, *Sustainable Fashion : New Approaches* 16). C'est pourquoi les montagnes de déchets textiles continuent d'exister partout.

En fait, selon l'article *Slow fashion movement: Understanding consumer perceptions-An exploratory study* et cité par l'auteur Achabou , en raison des cycles courts de la mode rapide et de sa mauvaise qualité, ses produits manquent de durabilité et la mode rapide est ainsi devenue responsable de l'augmentation des déchets textiles et elle stimule également l'habitude de surconsommation des vêtements chez les consommateurs (38). On l'appelle un modèle linéaire de consommation qui implique produire, consommer, jeter. De plus, quand les vêtements ne sont portés que très peu de temps, voire pas du tout, toutes ces ressources sont gaspillées (Niinimaki, *Sustainable Fashion : New Approaches* 16). Lambert explique que l'influence de la mode rapide a créé chez les consommateurs une attitude consistant à jeter les vêtements et à en acheter de nouveaux (20). Ce système est responsable de générer des déchets textiles à grande échelle.

Ensuite, on voit l'exploitation des ouvriers dans les usines de textile. Ils travaillent dans des conditions difficiles qui mettent en danger principalement leurs vies et ne respectent pas les droits de l'homme. Lambert expose dans sa thèse que les travailleurs de l'industrie de la mode sont souvent confrontés à des conditions de travail difficiles, avec des salaires bas, des heures de travail excessives, des conditions de vie médiocres et une faible satisfaction des travailleurs (19). En plus, elle indique que les travailleurs sont exposés à des risques en matière de santé et de sécurité, à des problèmes de discrimination et, dans certains cas, au travail forcé ou au travail des enfants.

Aujourd'hui, plusieurs ONG internationales travaillent pour l'amélioration de cette industrie par exemple : *Clean Clothes Campaign* et par exemple en France : *Éthique sur l'Étiquette* (Vercher 182). Cette prise de conscience des problématiques environnementales et

sociales chez les fabricants, les créateurs de mode, les décideurs politiques et les consommateurs les a conduit à adopter la mode durable (Achabou 38).

Un changement systémique dans l'industrie de la mode présente d'importants avantages économiques potentiels, mais il y a aussi des risques financiers significatifs associés au maintien du statu quo. Le modèle de production réel nécessitant une grande quantité de ressources pures, l'industrie devrait d'abord faire face à la pénurie des ressources et à la forte volatilité des prix (Muthu cité par Lambert 23). Selon le rapport de *Boston Consulting Group*, la résolution des problèmes sociaux et environnementaux auxquels est confrontée l'industrie de la mode pourrait bénéficier à l'économie mondiale à hauteur de 160 milliards d'euros d'ici à 2030 (Eder-Hansen et al.). En fin de compte, les avantages potentiels pour les clients sont également importants. Selon la *Ellen Macarthur Foundation (A New Textiles Economy, 21)*, chaque année, la valeur des vêtements qui pourraient être portés à nouveau est perdue, ce qui représente 460 milliards USD.

2.2 LA MODE DURABLE ET SON IMPORTANCE

La mode durable est née en réaction aux cycles de la mode rapide et à la croissance « non durable » des entreprises (Fletcher 261). Selon Borosky, la « durabilité » est l'idée de satisfaire les besoins actuels sans sacrifier ceux de l'avenir. Selon la recherche, l'industrie de la mode a commencé à accorder plus d'attention aux mesures de durabilité en raison de l'évolution des préférences des consommateurs et de leur sensibilisation à la durabilité (Henninger et al.). En conséquence, l'expression « mode durable » a été inventée et est désormais utilisée de manière interchangeable avec des expressions telles que « mode éco-responsable, » « mode éthique » et « l'éco-conception » (Khandual & Pradhan 40). Les approches de la durabilité sont ouvertes et multiformes et il n'existe pas de définition standard dans l'industrie de la mode. Toutefois, l'objectif est de prendre en compte le triple bilan des avantages environnementaux, sociaux et économiques (Elkington, 1997) pour les générations

actuelles et les besoins des générations futures (Commission mondiale sur l'environnement et le développement [CMED], 1987 cité par Niinimäki 17). Selon l'article *The first steps towards considerate design incorporating Cradle to Cradle principles*. et cité par Henniger et al., ce secteur s'efforce d'émanciper les travailleurs et de promouvoir l'utilisation de procédés de fabrication traditionnels, recyclés et recyclables, ainsi que l'utilisation de matériaux renouvelables et organiques (3).

L'approche de la conception durable prend en considération les aspects environnementaux, éthiques et sociaux du produit, dans ses phases de fabrication, d'utilisation et d'élimination (Tischner et Charter 120). La prise en compte de l'environnement signifie que nous utilisons toutes les ressources renouvelables d'une manière qui préserve leur capacité à se renouveler. Les déchets doivent être évités, l'utilisation de matériaux non renouvelables doit être réduite au minimum, tous les matériaux doivent être recyclés avec succès et tout déchet produit doit être traité en toute sécurité et sans mettre l'environnement en danger. Le concept de durabilité sociale concerne le traitement équitable des individus, des communautés et des sociétés entières. La réflexion sur le cycle de vie est un élément important de la mode durable, car elle prend en compte chaque étape du processus : conception, fabrication, logistique, vente au détail, utilisation et élimination (Niinimäki 16). On dit que la conception des cycles de vie est préférable à la conception des produits ; la conception durable prend en compte la phase d'utilisation et les considérations relatives à la fin de vie. Le produit doit être conçu de manière à pouvoir être utilisé après la fin du premier cycle de vie, car il peut avoir plusieurs cycles de vie au maximum. L'utilisation du produit tel quel est la meilleure option d'un point de vue environnemental. La réutilisation des matériaux est la deuxième meilleure option, suivie de la conception d'un nouveau produit sur la base de celui-ci (éventuellement avec quelques modifications mineures).

Les produits de la mode durable sont créés pour durer longtemps et rester des pièces intemporelles (Fashion Revolution). Le cycle de vie de ces produits évolue de manière circulaire, développant ainsi l'économie circulaire. L'économie circulaire s'oppose au modèle linéaire sur lequel repose actuellement le secteur de la mode. C'est une approche d'organisation économique qui cherche à optimiser la gestion des ressources tout au long du cycle de vie du produit (ESI- Business School). L'excès de consommation de ressources naturelles exploite des réserves qui ne sont pas inexplorées. Selon l'économie circulaire, l'un des principes est que tous les produits utilisés deviennent des ressources plutôt que des déchets. Elle opère à l'aide d'un système de boucle. Dès leur production, les produits sont destinés à être réparés ou recyclés. On parle d'écoconception. L'objectif de l'économie circulaire est aussi d'avoir un effet bénéfique sur l'Homme et l'environnement grâce à la production. En favorisant la réutilisation, la réparation et le partage, le consommateur contribue de manière responsable à l'économie circulaire. Les experts et les rapports suggèrent que le passage d'un modèle de consommation linéaire à un modèle circulaire est le meilleur moyen de garantir une industrie de la mode durable à long terme, qui réponde à la demande croissante de vêtements sans mettre en danger les personnes ou l'environnement (Toward the circular economy, 2013; 2017; Bontoux, Boucher et Scapolo)

Pour que ce changement systématique soit couronné de succès, tout le monde doit participer et contribuer. Les gouvernements et les décideurs politiques ont pour leur part un rôle à jouer et leur implication est cruciale pour garantir la viabilité financière de l'économie circulaire (Armstrong et al. 25). Ils peuvent jouer un rôle important en coordonnant les efforts, en appliquant les réglementations ou en proposant des mesures incitatives.

La France qui est connue pour être la capitale mondiale de la mode s'efforce de passer au développement durable. Son gouvernement a mis en œuvre une série de règles et de politiques notamment la loi Anti-gaspillage pour une économie circulaire (AGEC) adoptée en

2020 (Ellen Macarthur Fondation, *France's Anti-Waste and Circular Economy Law, 1*). La loi introduit plusieurs mesures qui visent à orienter les modèles de production et de consommation existants vers une économie circulaire. La France est le premier pays de l'Union européenne (UE) à disposer d'une réglementation sur la Responsabilité élargie des producteurs (REP) dans le secteur de l'habillement. Les marques et les détaillants sont responsables de la collecte ou du recyclage des vêtements usagés (Eco TLC). La France a également mis en place une interdiction pour les marques de textile de détruire des produits de mode invendus et d'encourager le recyclage (Ellen Macarthur Foundation, *France's Anti-Waste and Circular Economy Law 4*). De plus, au mois d'octobre 2023, le gouvernement français, en collaboration avec l'éco-organisme, Refashion a lancé un programme visant à offrir un bonus aux consommateurs pour les encourager à réparer leurs vêtements et leurs chaussures au lieu de les jeter (Le Monde). En outre, au cours des dernières années et des derniers mois, l'intérêt pour la mode durable a semblé augmenter en France. Selon l'article *Consommer responsable : La Success Story Veja* et cité par Lambert, le succès récent du fabricant de chaussures éthiques et responsables, *Veja* pourrait être un indicateur de cet intérêt croissant (45). Le fait que le gouvernement français ait également pris l'initiative de faire de Paris la capitale mondiale de la mode responsable nous montre que ce secteur a la possibilité de se développer. Grâce au virage éthique et durable de la France dans le secteur de mode, nous souhaitons étudier son influence sur le marché indien et la relation qu'elle peut établir entre les deux pays pour améliorer la vie et la société.

D'autre côté, L'Inde, qui est l'un des plus grands producteurs de textile au monde, représente six à huit pour cent des émissions totales de carbone, soit 1,7 milliard de tonnes d'émissions annuelles de CO₂. Afin de lutter contre ce problème et améliorer la croissance de l'industrie de la mode durable en Inde, nous présentons cette étude dans le but de sensibiliser à la nécessité de pratiques plus éthiques dans l'industrie textile indienne en évaluant les

tendances de la mode française durable qui visent à créer un avenir plus sûr, plus vert et plus propre pour la mode.

2.3 CADRE THÉORIQUE

Dittar expose que la mode ne se résume pas à porter des vêtements et à couvrir son corps (cité par Lundblad et Davies 2) . Selon Belk, les possessions d'une personne créent l'image de ce que l'on souhaite être, c'est-à-dire que votre consommation reflète ce que vous êtes (270). Cette idée peut être développée en adoptant la perspective selon laquelle le succès, l'épanouissement et le but de la vie dépendent des biens que l'on possède ou non . L'identité d'un individu est façonnée par les significations symboliques associées aux choses qu'il consomme et à la manière dont il s'y rapporte. Levy déclare que les gens achètent des produits non seulement pour ce qu'ils peuvent faire, mais aussi pour ce qu'ils signifient (cité par Lundblad et Davies 2). La consommation hédonique est étroitement liée à cette idée. Hirschman et Holbrook la définissent comme les composantes multisensorielles, imaginatives et affectives de la consommation. On consomme des biens hédonistes dans le but de s'améliorer (94). Les vêtements de mode sont souvent achetés par les gens pour satisfaire leurs besoins d'estime de soi, d'appartenance sociale et pour mettre en valeur leur statut social (Gabriel et Lang108). Cela se remarque lorsque les gens jugent essentiellement les autres sur la base des marques de vêtements qu'ils portent.

Nous portons notre recherche sur la théorie de l'esthétique verte dans l'habillement qui est proposée par Kirsi Niinimäki. Sa recherche explore la théorie en tant qu'approche pour comprendre l'habillement et la conception pour la durabilité. Il s'agit d'associer les valeurs environnementales aux expériences esthétiques (Niinimäki, *Green Aesthetics in Clothing* 3.1). Son étude présente les résultats d'un questionnaire destiné aux consommateurs, qui montre que la beauté figure en bonne place parmi les facteurs de signification et d'attachement aux vêtements. 89 % des personnes interrogées ont déclaré que la beauté était

une signification importante des vêtements, et 94 % ont déclaré que la beauté était un facteur clé de l'attachement aux textiles et aux vêtements.

2.3.1 L'Esthétique dans l'Habillement

Niinimäki (*Green Aesthetics in Clothing*, 3.3) affirme à l'aide de son enquête, que la beauté joue un rôle important dans les choix vestimentaires et dans l'attachement émotionnel aux vêtements. En fait, la mode est considérée comme un symbole de la beauté. Elle évoque un plaisir esthétique chez les consommateurs. Donc, un consommateur évalue un produit de mode sur son aspect esthétique. Cependant, lorsque l'on parle de mode durable, les consommateurs ont l'impression qu'elle manque d'apparence esthétique. Ils considèrent les éco-vêtements comme démodés ou peu élégants (Achabou 39) . Cela s'explique par le caractère paradoxal de la mode et de la durabilité (Hur et Cassidy). En général, la mode s'identifie à la nouveauté et à quelque chose qui change constamment et rapidement. Mais la durabilité s'associe à la longévité et à la préservation. Kim et Darhost notent que cette opposition entre les deux concepts met surtout les consommateurs en difficulté de passer à des vêtements responsables (cité par Achabou 39) . De plus, la notion de nouveauté dans la mode se traduit par un nouveau look, un nouveau design, un nouveau style, ce qui implique de recréer une expérience esthétique. Selon Butler et Francis, cela conduit les consommateurs à donner la priorité au style plutôt qu'aux caractéristiques environnementales de leurs vêtements (cité par Achabou 39).

En explorant les dimensions esthétiques du vêtement, l'étude de Niinimäki s'appuie sur différentes théories. John Hosper (1946) explique qu'il existe deux types de l'évaluation esthétique (cité par Niinimäki, *Green Aesthetics in Clothing* 3.2). La première s'appelle l'esthétique fine qui est basée sur son apparence physique et ses attributs à l'extérieur. Cela est l'approche la plus courante dans l'esthétique vestimentaire. La deuxième représente l'esthétique épaisse qui relie l'esthétique aux valeurs éthiques. Ce type d'évaluation va au-delà

de l'apparence et prend en compte la connaissance de la production du produit et l'impact qu'il peut avoir sur l'environnement.

En réalité, les facteurs esthétiques de la mode comprennent la couleur, le style, la texture du matériau, la fonctionnalité et le confort. Naukkarinen déclare que les dimensions esthétiques traditionnelles se limitent aux aspects physiques de l'objet et les plaisirs dérivés du système sensoriel. En effet, l'esthétique est une étude philosophique de la beauté. La beauté d'un vêtement est déterminée par nos expériences avec le produit et les plaisirs qui en découlent. Lionel Tiger affirme que les objets nous offrent quatre types de plaisir : Plaisir physique, Plaisir social, psycho-plaisir et Idéo-plaisir. Le plaisir physique signifie une stimulation des plaisirs corporels par les organes sensoriels. Cela indique un plaisir visuel et tactile que nous éprouvons en utilisant le produit. Par exemple, la douceur d'une robe en soie. Ensuite, le plaisir social dénote un plaisir que l'on retire des interactions sociales. En ce qui concerne l'habillement, le plaisir social est lié à l'acceptation sociale et aux liens sociaux que vous établissez grâce à vos choix vestimentaires. Le psycho-plaisir se rapporte à la réaction cognitive et émotionnelle des consommateurs. Il s'agit de la satisfaction mentale que le produit leur procure et détermine leur lien émotionnel avec le produit. Par exemple, on aime une robe car on s'y sent joli et suscite un sentiment de bonheur en lui. Le plaisir idéologique se rapporte aux valeurs, telles que l'esthétique d'un produit et les valeurs selon lesquelles un produit permet aux gens de se sentir mieux. Par exemple, un produit fabriqué à partir de matériaux biodégradables peut être considéré comme représentant des valeurs écologiques et suscite un plaisir idéologique chez ceux qui se préoccupent de l'environnement.

Donc, l'évaluation esthétique est une expérience à plusieurs niveaux (Niinimäki, *Green Aesthetics in Clothing* 3.4). Cependant, nous identifions et évaluons de nombreux objets au niveau sensoriel et nous déterminons nos plaisirs psychique, social et idéo sur le même niveau (Naukkarinen, 2007). Donc, notre perception de la beauté des vêtements est

basée sur des facteurs simples et donc affirme être limitée. Berleant et Carlson expliquent qu'une évaluation esthétique strict implique une vérification approfondie du contexte et une prise en compte des conséquences prévues de l'objet.

2.3.2 L'Association des Valeurs Environnementales aux Expériences Esthétiques

Jason McLennan affirme que la conception durable est une approche philosophique du domaine de la conception, et pas un effort visuel et stylistique (cité par Niinimaki 3.4). Dans le même ordre d'idées, Stuart Walker constate qu'en matière de conception durable, nous devons évaluer le produit dans son ensemble, en tenant compte de la production, des matériaux, de l'utilisation et de la signification. Arnold Berleant affirme que l'expérience environnementale en esthétique implique toutes les expériences sensorielles, et pas seulement les expériences visuelles (cité par Niinimaki 3.5). Les éléments suivants sont proposés comme faisant partie de l'expérience environnementale elle-même : l'espace, la masse, le volume, le temps, le mouvement, la couleur, la lumière, l'odeur, le son, la tactilité, la kinesthésie, le motif, l'ordre et le sens.

Dans l'esthétique environnementale, ces éléments sont ajoutés à la composante normative de l'évaluation environnementale. En outre, Guy Sircello mentionne la « bonté » que les beaux objets peuvent posséder, suggérant que l'esthétique verte concerne ce qui est bon et bénéfique pour l'environnement et le développement durable (cité par Niinimaki) .

2.3.3. L'Esthétique Verte dans l'Habillement

Sur cette base, l'étude de Niinimaki développe un cadre théorique pour l'esthétique verte dans l'habillement. Elle propose plusieurs dimensions, énumérées ci-dessous (3.8):

a. Le minimalisme

Il est lié aux principes de conception durable que sont la réduction, la réutilisation et le recyclage. Le minimalisme dans l'habillement peut signifier la simplicité dans le style et la couleur, ce qui permet d'utiliser les vêtements plus longtemps.

b. Durabilité et longévité

La haute qualité, le design classique et le choix judicieux des matériaux et de la fabrication permettent de créer des vêtements durables et résistants.

c. Spécificité du site

Il s'agit d'utiliser des matériaux et des procédés de fabrication disponibles localement, de respecter la diversité et d'éviter la monoculture. Le développement de nouveaux éco-matériaux est important à cet égard.

d. Adéquation et caractère approprié

Des vêtements bien adaptés à leur fonction et à leur contexte peuvent accroître la satisfaction de l'utilisateur et le cycle de vie du produit ; comme la production basée sur des mesures individuelles.

e. Attitude attentive et sensible

Une attitude responsable et attentive à l'égard de l'environnement et de ses biens peut favoriser une consommation éthique, un attachement au produit et une utilisation à long terme. Les approches de conception émotionnelle peuvent aider à intégrer ces valeurs.

L'étude de Niinimäki présente un cadre complet pour comprendre l'esthétique verte dans l'habillement, en fusionnant les valeurs esthétiques, environnementales et de conception durable. Elle démontre l'importance de la beauté et des dimensions esthétiques dans les choix vestimentaires, tout en soulignant la nécessité de les aligner sur les considérations

écologiques. Le concept d'esthétique verte est proposé comme une approche normative qui peut cultiver les préférences esthétiques vers des résultats plus durables, ce qui permet en fin de compte de faire progresser une nouvelle compréhension de la culture matérielle et d'offrir à l'utilisateur une expérience positive et une satisfaction durable du produit.

CHAPITRE 3 : MÉTHODOLOGIE

Cette étude se concentre sur des données qualitatives de nature exploratoire, qui permettent de recueillir des informations approfondies sur un problème ou de générer de nouvelles idées de recherche. L'étude est étudiée à l'aide de l'analyse thématique inductive (ATI) comme méthodologie de recherche. Cette méthode cherche la signification sous-jacente dans l'ensemble de données en analysant ses thèmes et ses modèles. Lorsque vous essayez d'apprendre les croyances, les connaissances, les expériences ou les valeurs des gens à partir d'une collection de données qualitatives, il s'agit d'une méthodologie de recherche appropriée. Il examine attentivement l'information pour trouver des thèmes et des modèles récurrents dans une collection de textes, comme un entretien. Il crée des idées originales à partir des données. La collecte et l'analyse des données auprès d'un groupe de participants approprié sont nécessaires. Cette méthodologie facilite l'interprétation et l'analyse très souples des données.

L'ATI implique une approche plus ouverte et ascendante. Les chercheurs qui utilisent ATI s'immergent dans les données, en lisant attentivement les transcriptions ou d'autres documents pour identifier les idées, les concepts et les modèles récurrents. Ceux-ci sont ensuite organisés en thèmes plus larges qui saisissent les informations clés et la signification des données. Le CTI est un processus itératif, les chercheurs revoyant constamment les données, peaufinant leurs thèmes et veillant à ce que les thèmes reflètent fidèlement les voix et les expériences des participants. L'objectif de l'ATI est de fournir une compréhension riche, détaillée et contextualisée du phénomène à l'étude, fondée sur les données elles-mêmes plutôt que sur l'extérieur.

Pour réaliser notre étude, les entretiens ont été menés afin de recueillir les points de vue de professionnels indiens qui font partie du domaine de la mode durable. Cinq professionnels indiens y ont participé et leurs réponses ont été analysées pour conclure cette étude. Ce processus a été divisé en deux : un goanais professionnel de la mode durable a participé dans un entretien en face à face, tandis que quatre indiens d'autres états seront interrogés par le biais d'un questionnaire composé de 8 questions ouvertes. La même série de questions sera posée aux deux groupes. Les autorisations et consentements nécessaires ont été obtenus à l'avance et sont fournis dans la partie 'Annexe II'.

CHAPITRE 4: ANALYSE ET DISCUSSIONS

4.1 INTRODUCTION

L'importance de la mode durable dépasse les frontières nationales et constitue une préoccupation mondiale qui appelle à la coopération et à la coordination. Avec des chaînes d'approvisionnement complexes qui s'étendent sur de nombreux continents et impliquent un large éventail de parties prenantes, notamment les producteurs, les fabricants, les détaillants, les consommateurs et les législateurs, le secteur de la mode est un secteur véritablement mondial.

Les objectifs de développement durable (ODD) des Nations unies fournissent un plan universel pour parvenir à un avenir meilleur et plus durable pour tous. La mode durable s'aligne directement sur plusieurs de ces objectifs, notamment la consommation et la production responsables (objectif 12), l'action climatique (objectif 13) et le travail décent et la croissance économique (objectif 8).

En adoptant des pratiques durables, l'industrie de la mode peut contribuer à l'effort mondial pour atteindre ces objectifs cruciaux (PNUE 2023). Le mouvement de la mode durable peut accélérer le passage à un secteur de la mode plus équitable et plus durable à l'échelle mondiale en promouvant l'action collective et la coopération internationale en s'alignant sur ces objectifs et cadres mondiaux.

L'évolution vers une mode durable est principalement motivée par la demande croissante des consommateurs pour des produits à la fois éthiques et respectueux de l'environnement. Les clients recherchent des entreprises qui promeuvent la durabilité et deviennent plus attentifs à leurs achats à mesure qu'ils prennent conscience des effets de l'industrie de la mode. Ce changement de culture a le pouvoir de développer complètement le

secteur de la mode en encourageant les entreprises à utiliser des procédures et des plans d'affaires plus respectueux de l'environnement.

Il ne s'agit pas seulement d'une question de préférence ; il existe un besoin mondial de passer à une mode durable. La transformation du secteur et la construction d'un avenir plus durable pour les générations futures nécessiteront la coopération de toutes les parties prenantes, y compris les gouvernements, les entreprises, les consommateurs et les organisations de la société civile.

4.2 L'ESSOR DE LA MODE DURABLE EN FRANCE - LE CENTRE MONDIAL DE LA MODE

Le mouvement de la mode durable en France remonte aux années 1970 et 1980, lorsqu'un petit groupe de créateurs et de militants a commencé à remettre en question l'utilisation par l'industrie de procédés non durables. Françoise Hégueur, fondatrice de l'entreprise de mode écologique « Le Slip Français » en 1981, a été l'une des premières pionnières. Hégueur s'est engagée à utiliser des matériaux organiques et recyclés et à encourager une approche de la mode plus éthique et plus respectueuse de l'environnement. Dans les années 1990 et 2000, le mouvement de la mode durable a attiré l'attention en France, et de plus en plus de créateurs et de marques ont adopté des techniques respectueuses de l'environnement. Ce mouvement a été alimenté en partie par la sensibilisation croissante du public à l'impact environnemental de l'industrie de la mode, ainsi que par la pression accrue des groupes de consommateurs et des organisations non gouvernementales (ONG).

4.2.1 Les Regulations et les Tendances de la Mode Durable Vues en France

Nous présentons ci-dessous les politiques, les initiatives et les pratiques durables que la France a mis en place au cours des dernières années. L'hexagone s'engage à intégrer le développement durable dans le marché commercial par la mise en œuvre de réglementations et de politiques, notamment la loi Anti-gaspillage pour une économie circulaire (AGEC)

adoptée en 2020 (Ellen Macarthur Fondation, *France's Anti-Waste and Circular Economy Law 1*). La loi introduit plusieurs mesures qui visent à orienter les modèles de production et de consommation existants vers une économie circulaire. En premier lieu, le gouvernement français a étendu le dispositif de la Responsabilité élargie du producteur (REP) au marché de produits textiles en 2007 et était le premier pays à la prendre cette mesure en Europe (Knowledge Hub). Il s'agit que les acteurs économiques (fabricants, distributeurs, importateurs) assument la responsabilité des déchets générés par les produits de mode qu'ils mettent sur le marché en versant une contribution financière à un organisme agréé par l'État, Refashion afin d'effectuer leur gestion. Ce dispositif a pour objectif de favoriser le réemploi et le recyclage des textiles et de réduire les déchets. Par ailleurs, l'organisme Refashion propose une réduction du tarif annuel aux entreprises pour l'adoption d'une éco-conception particulièrement l'utilisation de matériaux recyclés. Le principe de REP a contribué à multiplier par trois les taux de collecte et de recyclage des textiles de post-consommation entre 2006 et 2018. Depuis sa mise en œuvre, la collecte des textiles de post-consommation a augmenté de 13 % par an.

En deuxième lieu, la France est le premier pays au monde à appliquer la règle 'Interdire la destruction des vêtements et des chaussures invendus' qui est entrée en vigueur en 2022 (Ellen Macarthur Fondation, *France's Anti-Waste and Circular Economy Law 4*). Chaque année, entre 10 000 et 20 000 tonnes de produits textiles neufs sont détruits en France en gaspillant inutilement l'énergie et les ressources utilisées pour les produire (Fashion Green Hub). De plus, la destruction des produits de mode invendus génère 2% d'émissions de gaz à effet de serre qui augmente l'empreinte carbone dans le monde. Cette mesure s'engage à lutter contre ce gaspillage et à renforcer les pratiques de réutilisation et de recyclage chez les marques de mode (Ellen Macarthur Fondation, *France's Anti-Waste and Circular Economy Law 4*).

En troisième lieu, en octobre 2023, le gouvernement français a instauré un bonus réparation sur le textile et les chaussures pour encourager les consommateurs à rapiécer leurs vêtements ou leurs chaussures et ainsi réduire les déchets textiles (Six). Ils bénéficient d'une remise immédiate sur le prix de la réparation en suivant cette pratique durable auprès de professionnels agréés. Les clients pourront réclamer sept euros (7,7 dollars) pour la réparation d'un talon et 10 à 25 euros pour la réparation d'un vêtement, grâce aux fonds de 154 millions d'euros créés pour la période 2023-2028 (Paris AFP). Cette mesure vise à faire baisser les chiffres de la consommation et permettre une meilleure intégration de l'industrie du textile dans l'économie circulaire (Six). De plus, le lancement de ce programme a permis de soutenir les marques qui proposent des services de réparation ainsi que celles qui travaillent dans ce domaine (Paris AFP).

Ensuite, Paris envisage de devenir la capitale mondiale de la mode responsable et a ainsi lancé l'initiative, intitulée *Paris Good Fashion* qui vise à inciter l'industrie de la mode à adopter des pratiques plus durables (L'Officiel). Cette initiative est menée par l'association *Paris Good Fashion* qui est un grand groupe de professionnels de la mode, de marques, d'entrepreneurs, de designers et d'experts (L'Officiel). Ils travaillent à la réalisation de trois axes principaux : l'amélioration de l'approvisionnement et de la traçabilité, la mise en place de processus plus durables et la création d'une économie circulaire (L'Officiel). Pour atteindre ces objectifs, l'association organise plusieurs ateliers tels que : Carte de la mode responsable, Glossaire de la mode et du développement durable, Grands Prix Eyes on Talents x Paris Good Fashion, Green Store Challenge, Transparence et Traçabilité où tous les acteurs différents se réunissent pour co-construire et partager les bonnes pratiques (Paris Good Fashion).

Puis, l'utilisation de textiles et de techniques de production durables a été encouragée en France. L'introduction de ces techniques, telles que la teinture sans eau et le coton biologique en Inde pourrait modifier radicalement l'impact environnemental du secteur de la

mode dans ce pays. Plusieurs marques françaises s'opposent au modèle de production traditionnel et adoptent des pratiques éthiques dans leur conception. Parmi les plus connus, nous pouvons citer : l'utilisation de matériaux organiques comme le coton, le caoutchouc, le cuir, etc (Veja), l'upcycling avec du plastique recyclé ou des matériaux usagés (Veja), la prévention du polyester (Ekyog), la création de vêtements intemporels (Songe Lab), l'introduction d'une collection de seconde main de leurs propres produits (Ekyog), la fabrication des produits *Made in France* tout en incorporant des techniques artisanales traditionnelles et pas d'investissement dans le marketing de la marque et une transparence à 100% (Veja). Ces pratiques respectent les principes de la mode responsable qui incluent l'utilisation de procédés de fabrication traditionnels, recyclés et recyclables, ainsi que l'utilisation de matériaux renouvelables et organiques.

Les marques et le gouvernement français se sont attachés à sensibiliser les consommateurs à la mode durable et à sa traçabilité. Pour encourager la transparence et orienter les clients vers des options de mode plus respectueuses de l'environnement, la France a mis en place un certain nombre de programmes d'étiquetage et de certifications écologiques. À titre d'exemple, le griffe « Origine France Garantie » atteste que les produits sont fabriqués en France, et la marque *Fairtrade* garantit la responsabilité sociale et les méthodes de commerce équitable (Institut National de la Propriété Industrielle).

En France, des programmes tels que la location de vêtements, les services de réparation et les marchés de revente se développent. Le Pacte de la mode a été présenté en 2019 à Biarritz en France lors de la réunion du G7. En fixant des objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre, d'amélioration de l'efficacité énergétique et de promotion des pratiques durables, cette coalition mondiale d'entreprises de la mode et du textile dont plusieurs marques françaises vise à remédier à l'impact environnemental de l'industrie (The Fashion Pact).

L'industrie française de la mode a été fortement touchée par ces lois et programmes, qui ont poussé les entreprises à adopter des procédures plus respectueuses de l'environnement et ont stimulé l'innovation dans des domaines tels que l'éco-conception, la gestion des déchets et les modèles d'entreprise circulaires. Par exemple, des marques de luxe françaises comme Chanel et Hermès ont développé des lignes de produits écologiques et utilisé des matériaux recyclés dans le cadre de leurs efforts pour promouvoir la durabilité (Hermès ; Chanel).

4.2.2 Les Opportunités de Croissance Continue de la Mode Durable en France :

a. Avancées technologiques

Les progrès dans la science des matériaux, les techniques de fabrication et la technologie numérique ouvrent de nouvelles possibilités pour une mode plus durable. Des matériaux recyclables et biodégradables à la transparence de la chaîne d'approvisionnement alimentée par la blockchain, les avancées technologiques ont le potentiel de transformer le secteur.

b. Évolution des préférences des consommateurs

Cette évolution des goûts des consommateurs crée un énorme potentiel pour les fabricants de mode durable, qui peuvent ainsi accroître leur part de marché.

c. Initiatives de collaboration

Le secteur de la mode en France a une longue tradition de collaboration, avec des associations industrielles, des agences gouvernementales et des organisations à but non lucratif qui travaillent ensemble pour créer un changement à long terme. Ces initiatives de collaboration peuvent contribuer à développer la mode durable et à résoudre des problèmes systémiques.

d. Soutien politique et réglementaire

L'engagement du gouvernement français en faveur de la mode durable, comme l'indiquent les différentes mesures réglementaires mises en œuvre, offre la possibilité d'un soutien politique et réglementaire supplémentaire pour accélérer la transformation de l'industrie.

Avec les créateurs, les entreprises et les clients français qui établissent la norme pour des méthodes plus éthiques et plus respectueuses de l'environnement, le mouvement de la mode durable devrait avoir un impact significatif sur l'ensemble du secteur mondial de la mode. La France a la possibilité d'influencer l'orientation de l'industrie de la mode et d'avoir un impact positif sur un avenir plus durable et plus juste pour tous en montrant l'exemple en matière de mode durable.

4.3 LA DISPARITION DE LA TRADITION DE LA MODE DURABLE EN INDE

De nombreuses traditions régionales de mode artisanale ont une longue histoire en Inde, mais elles ont progressivement disparu au cours des dernières décennies. L'Inde était autrefois la Mecque mondiale de la mode artisanale, des textiles uniques et de la création de mode, des motifs *Kalamkari* élaborés de l'Andhra Pradesh aux peintures vives de *Madhubani* du Bihar. Du tissage exquis du coton de la civilisation de la vallée de l'Indus aux magnifiques broderies de l'ère moghole, les artistes du pays sont depuis longtemps à l'avant-garde des tendances de la mode internationale (Sardar 2). Les régions locales ont créé leurs propres styles et méthodes, ce qui a donné lieu à une riche tapisserie de coutumes de mode variées. Toutefois, nombre de ces formes d'art anciennes sont sur le point de disparaître en raison de l'émergence d'une mode rapide produite en masse.

Le panorama coloré des produits artisanaux a commencé à changer au 20^e siècle. Les tisserands traditionnels ont commencé à perdre leurs moyens de subsistance avec l'introduction des textiles produits en masse et fabriqués à la machine pendant l'ère coloniale.

L'évolution de l'Inde vers l'industrialisation et la mondialisation après son accession à l'indépendance a accéléré ce processus. Les entreprises multinationales ont envahi le marché local avec une mode rapide à prix bas, offrant des options que la plupart des clients pouvaient difficilement refuser. De nombreux artistes traditionnels n'ont pas pu rivaliser en termes de taille ou de prix. Leurs méthodes à forte intensité de main-d'œuvre et incroyablement lentes devenaient moins pratiques en raison de l'efficacité des machines et des réseaux d'approvisionnement mondiaux. Les jeunes artistes ont cherché des choix de carrière plus lucratifs et les familles qui fabriquaient des objets artisanaux depuis des siècles se sont battues pour joindre les deux bouts.

Cette dynamique a été observée dans toute l'Inde. Il ne reste plus que très peu d'ateliers pratiquant la tradition élaborée de l'impression au bloc *Sanganeri* au Rajasthan, à cause d'une forte baisse de sa popularité. Le besoin de maîtres brodeurs *Kantha* au Bengale occidental a considérablement diminué en raison de la disponibilité généralisée d'alternatives produites en masse. En outre, l'héritage textile historique de Chettinad - y compris le célèbre coton *Kovai Kora* - est menacé de disparition au Tamil Nadu (Sardar 4).

Les répercussions ne se limitent pas à la perte d'une culture tangible. Ces produits artisanaux sont étroitement liés au mode de vie, à l'identité et à la communauté locales. Autrefois prospères grâce à ces industries, des villages et des régions entiers sont aujourd'hui en proie au chômage et à la pauvreté.

4.4 L'ADOPTION DES INITIATIVES FRANÇAISES EN MATIÈRE DE MODE DURABLE POUR RELANCER LA MODE ARTISANALE EN INDE

La tendance mondiale croissante à la mode durable et éthique permet d'envisager avec optimisme la renaissance des traditions de la mode artisanale indienne. Les créateurs, les entreprises et les consommateurs indiens peuvent redécouvrir la beauté et la valeur de ces

artisanats séculaires en intégrant les processus et les matériaux traditionnels dans un nouveau modèle plus conscient des aspects sociaux et environnementaux.

Un changement fondamental dans la mentalité des consommateurs est au cœur de cette opportunité. Lors de leurs achats, les jeunes générations en particulier accordent plus d'importance à la durabilité, à la transparence et à l'effet social. Plutôt que de se laisser séduire par les nouvelles tendances, elles sont attirées par les produits qui ont une origine et une histoire distinctes. Cela correspond aux attributs naturels de la mode artisanale indienne. Les entreprises indiennes peuvent tirer parti de ce besoin croissant du marché en promouvant l'artisanat traditionnel en tant que substitut éthique et écologique à la mode rapide. Les clients sont prêts à déboursier plus d'argent pour des vêtements qui non seulement sont beaux, mais qui aident également les communautés défavorisées et le patrimoine culturel à être préservés (Peto 16).

En outre, le mouvement en faveur de la durabilité offre un cadre pour résoudre les problèmes sociaux et environnementaux qui ont précédemment menacé l'industrie de la mode artisanale en Inde. Les marques ont la possibilité d'améliorer la durabilité et la pérennité de ces métiers traditionnels en mettant en œuvre des matériaux, des techniques de production et des stratégies de gestion de la chaîne d'approvisionnement respectueux de l'environnement. Les mesures françaises en matière de développement durable ont une influence mondiale et pourraient être la solution aux problèmes qui prévalent dans le monde. Voici quelques exemples significatifs de la manière dont les traditions de la mode artisanale indienne peuvent être ravivées et influencées par le mouvement français de la mode durable :

4.4.1 L'Amélioration des Méthodes et les Matériaux Conventionnels

L'un des principes fondamentaux de la mode durable est de mettre l'accent sur l'artisanat et l'utilisation de matériaux organiques et biodégradables. Cela correspond parfaitement à la riche histoire de l'Inde, qui utilise des techniques textiles artisanales telles

que l'impression à la planche, la broderie et le tissage à la main. Les tissus traditionnels tels que la soie de Bhagalpur, le tissu *Chanderi* et le coton *Khadi* sont de plus en plus beaux et polyvalents, et les créateurs les intègrent aux collections modernes. Ils travaillent également avec des artisans qualifiés pour ramener et modifier des méthodes anciennes, telles que la broderie *Chikan* et le *Kalamkari*, afin de les utiliser dans des vêtements contemporains (Kaushik, 14).

Cela permet de préserver ces métiers en voie de disparition et confère aux produits finis un sens distinct de la provenance et de l'authenticité. Les clients sont fascinés par l'histoire et le passé de chaque vêtement, ce qui favorise un lien émotionnel plus profond.

Un autre aspect de la mode durable consiste à encourager les artisans, les tisserands et les artisans dont les compétences et le travail permettent à ces chefs-d'œuvre de voir le jour. Les marques peuvent soutenir la résurgence des moyens de subsistance artisanaux en formant des partenariats directs avec les communautés locales et en garantissant un salaire équitable, des conditions de travail sûres et une croissance économique régulière.

Cela touche plus de personnes que l'artisan en question. Lorsqu'il est respecté et promu, l'artisanat traditionnel peut redonner vie à des villes et des régions entières qui dépendent historiquement de ces industries. Il contribue à la préservation des coutumes culturelles, au transfert des connaissances d'une génération à l'autre et à la création de possibilités d'emploi intéressantes.

Cette stratégie axée sur la communauté a été défendue par des marques indiennes telles que *Jaypore*, *Good Earth* et *Ekaya*, qui ont établi des partenariats durables avec des artisans dans tout le pays. Elles garantissent la viabilité de ces métiers pour les années à venir en investissant dans les infrastructures, le développement des compétences et l'accès au marché (Pendurkar 14).

Le mouvement de la « slow fashion, » qui privilégie la longévité, la qualité et le design intemporel par rapport à la mode rapide et à la nouveauté fréquente, est un autre concept mis en avant par le mouvement de la mode durable. Cela correspond aux qualités essentielles de la mode artisanale, qui est souvent fabriquée en quantités limitées et destinée à durer. Les marques peuvent s'éloigner du modèle de la fast fashion, source de gaspillage, en incitant leurs clients à considérer la mode comme un investissement plutôt que comme un bien jetable. Plutôt que d'être des modes éphémères rapidement oubliées, les vêtements artisanaux deviennent des trésors familiaux que l'on conserve précieusement et que l'on transmet. Cette approche lente permet également de mettre en place un processus de conception plus prudent et délibéré qui met en valeur la touche humaine et le savoir-faire de chaque pièce. Elle laisse place à la créativité, à l'expérimentation et à l'étude de techniques conventionnelles sous un nouveau point de vue.

La gestion des effets environnementaux du secteur de la mode, depuis l'approvisionnement en matières premières jusqu'à la gestion de la fin de vie des vêtements, est un autre aspect de la mode durable. Cette démarche s'inscrit dans la durabilité intrinsèque de nombreuses méthodes et approches textiles indiennes traditionnelles. Les fibres et les couleurs, naturelles et biodégradables, qui ont une empreinte écologique moindre que les substituts synthétiques, sont fréquemment utilisées dans l'artisanat. En outre, le caractère local et à petite échelle de la production réduit les émissions de carbone liées à la fabrication internationale et aux chaînes d'approvisionnement à longue distance (Jain 27).

Les marques indiennes peuvent sauver les méthodes artisanales et créer de nouveaux systèmes de mode circulaire en intégrant ces pratiques de durabilité dans leurs structures commerciales. Des initiatives telles que les cycles de production en boucle fermée, les

systèmes de location de vêtements et le recyclage des textiles peuvent entrer dans cette catégorie.

4.5 L'ADOPTION CROISSANTE DE LA MODE DURABLE EN INDE

En Inde, un mouvement de plus en plus important en faveur de la mode durable s'est développé en réponse aux problèmes causés par la mode rapide, offrant une alternative aux méthodes non durables de l'industrie.

4.5.1 Marques Respectueuses de l'Environnement et de l'Éthique

Une nouvelle race de créateurs et d'hommes d'affaires indiens a vu le jour ces dernières années et commence à accorder une plus grande importance aux activités commerciales éthiques et durables. Ces marques de mode respectueuses de l'environnement s'efforcent de minimiser leur empreinte opérationnelle et de garantir des pratiques de travail équitables à leur main-d'œuvre tout au long de la chaîne d'approvisionnement. C'est le cas de la marque *Upasana*, basée à Chennai, qui soutient les artisans régionaux et promeut l'artisanat traditionnel, tout en utilisant des matériaux biologiques et recyclés dans ses vêtements. Pour réduire la quantité de déchets textiles produits, *Doodlage*, une autre entreprise dont se trouve à New Delhi, fabrique des vêtements à partir de déchets et de tissus recyclés (Kumar 14).

Ces marques de mode durable proposent ces substituts de mode rapide respectueux de l'environnement, tout en soutenant les économies régionales et en préservant le riche héritage textile de l'Inde. En adoptant des processus durables, elles bouleversent l'image dominante de la mode rapide et encouragent un changement de perception de la part des consommateurs, qui s'orientent vers une consommation plus réfléchie.

4.5.2 Politiques et Initiatives en Faveur de la Mode durable

En Inde, on observe une augmentation des marques de mode éthique ainsi qu'un certain nombre d'initiatives et de politiques qui soutiennent les pratiques de la mode durable.

La *Sustainable Textiles Initiative* et le *National Handloom Development Program* sont deux des initiatives lancées par le ministère des textiles du gouvernement indien pour promouvoir la fabrication de textiles durables. Grâce à un soutien financier et technique, ces projets aident les fabricants de textile à adopter des pratiques de production plus respectueuses de l'environnement et à minimiser leur impact sur l'environnement. En outre, des associations industrielles et des organisations à but non lucratif telles que le *Sustainable Fashion and Textiles Forum (SFTF)* et la *Clothing Manufacturers Association of India (CMAI)* ont participé activement à la promotion de pratiques durables et ont aidé l'industrie de la mode à les adopter. En outre, grâce à ces initiatives, des programmes de certification tels que le *Global Organic Textile Standard (GOTS)* et l'*Organic Cotton Certification* ont été mis au point. Ces programmes aident les clients à identifier et à approuver les produits qui répondent à des exigences environnementales et sociales strictes (Bora 29).

4.5.3 Connaissance des Consommateurs et Évolution des Perceptions

La sensibilisation des consommateurs aux effets sociaux et environnementaux de leurs choix vestimentaires s'est développée parallèlement à l'essor de la mode durable en Inde. Les gens recherchent des options plus éthiques et plus durables sur le plan environnemental, car ils sont de plus en plus conscients des problèmes posés par la mode rapide. Un certain nombre de causes, telles que la disponibilité de connaissances sur les pratiques de l'industrie de la mode, l'influence des médias sociaux et des influenceurs, et le désir de mener une vie plus durable, sont à l'origine de ce changement d'attitude des consommateurs. Ce mouvement a été mené par les millennials et la génération Z en particulier, qui recherchent activement des marques de mode durable et accordent une grande importance à la consommation éthique. Cela a forcé les entreprises de fast fashion bien connues à s'adapter aux besoins changeants du marché. En conséquence, plusieurs marques ont lancé des lignes de produits durables ou renforcé la durabilité de leurs processus commerciaux.

4.5.4 Participation des ONG

Les ONG rassemblent les engagements, portent des projets locaux, vérifient les pratiques, établissent de nouvelles normes industrielles, éduquent les agriculteurs et les acteurs de l'industrie ainsi que les consommateurs pour tirer parti des changements et des meilleures pratiques (Ellen Macarthur Foundation,). De leur côté, les décideurs politiques et les gouvernements ont leur part de responsabilités, et leur implication garantit le succès économique de l'économie circulaire (Armstrong et al.). Les réglementations, les incitations ou en coordonnant les efforts ont un rôle important à jouer. Si les acteurs de l'industrie, les ONG ou les décideurs politiques sont essentiels pour surmonter les défis de la transition d'une industrie de la mode linéaire à une industrie circulaire, le consommateur final a une grande responsabilité dans la réussite de cette entreprise.

Le chemin vers un secteur de la mode plus durable en Inde est alambiqué et continu, mais la ténacité et l'inventivité des individus à l'origine de la révolution de la mode durable sont porteuses d'espoir. Le mouvement de la mode durable devrait attirer l'attention au fur et à mesure que le secteur se développe, ouvrant la voie à un avenir de plus en plus responsable sur le plan social et environnemental pour l'industrie de la mode indienne.

4.6 INFLUENCE POTENTIELLE DES POLITIQUES ET TENDANCES FRANÇAISES EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Les politiques et tendances françaises en matière de développement durable dans l'industrie de la mode ont le potentiel d'influencer et de façonner le secteur indien de la mode de plusieurs manières :

a. *Influence réglementaire et politique :*

Les politiques françaises, telles que la « loi anti-gaspillage pour une économie circulaire, » peuvent servir de modèle au gouvernement indien pour développer des réglementations et des incitations similaires afin de promouvoir la durabilité dans l'industrie

de la mode. Cela pourrait encourager les entreprises de mode indiennes à adopter des modèles commerciaux circulaires, à améliorer la gestion des déchets et à donner la priorité à l'éco-conception.

b. Commerce international et collaboration :

L'Inde exportant un nombre important de textiles et de vêtements vers les marchés européens, y compris la France, les entreprises indiennes pourraient devoir se conformer aux normes et certifications durables exigées par les réglementations de la France et de l'Union européenne (UE). Cela pourrait favoriser l'adoption de pratiques durables parmi les exportateurs indiens et encourager la collaboration entre les entreprises de mode françaises et indiennes afin de partager les connaissances et les meilleures pratiques.

c. Sensibilisation des consommateurs et demande :

Les tendances françaises en matière de mode durable et la demande des consommateurs pour des produits respectueux de l'environnement peuvent influencer les préférences et les décisions d'achat des consommateurs indiens. À mesure que la sensibilisation au développement durable augmente, les marques de mode indiennes pourraient devoir adapter leurs produits et leurs pratiques pour répondre à la demande croissante de mode durable.

d. Innovation et transfert de technologie :

Les innovations des entreprises de mode françaises en matière de matériaux durables, de processus de production et de modèles commerciaux circulaires peuvent inspirer et guider les entreprises de mode indiennes dans l'exploration et l'adoption de technologies et de pratiques similaires. Le transfert de technologies et le partage de connaissances entre les entreprises françaises et indiennes pourraient accélérer la transition vers la durabilité dans l'industrie de la mode indienne.

e. Investissements et partenariats :

Les entreprises et les investisseurs français peuvent rechercher des opportunités d'investissement ou de partenariat avec des entreprises de mode indiennes qui donnent la priorité au développement durable. Cela pourrait leur permettre d'accéder à des financements, à une expertise et à des ressources pour soutenir la mise en œuvre de pratiques durables dans le secteur indien de la mode.

4.6.1 Les Défis et les Opportunités

Si l'influence des politiques et tendances françaises en matière de développement durable offre des opportunités à l'industrie indienne de la mode, plusieurs défis doivent également être relevés :

a. Manque d'infrastructures et de ressources :

La mise en œuvre de pratiques durables nécessite souvent des investissements importants en matière d'infrastructures, de technologies et de ressources, ce qui peut s'avérer difficile pour les petites et moyennes entreprises (PME) de l'industrie indienne de la mode.

b. Abordabilité et implications en termes de coûts :

Les produits de la mode durable peuvent être plus chers en raison des coûts supplémentaires associés aux matériaux écologiques, aux processus de production et aux certifications. Cela pourrait rendre la mode durable moins accessible aux consommateurs indiens sensibles au prix.

c. Complexité de la chaîne d'approvisionnement :

La chaîne d'approvisionnement de l'industrie indienne de la mode est complexe et fragmentée, ce qui peut rendre difficile le contrôle et l'application de pratiques durables à tous les stades de la production et de la distribution.

d. Lacunes réglementaires et politiques :

Bien que le gouvernement indien ait lancé quelques initiatives pour promouvoir la durabilité, il peut y avoir des lacunes en termes de politiques globales, de réglementations et de mécanismes d'application ciblant spécifiquement l'industrie de la mode.

e. Sensibilisation et éducation des consommateurs :

La sensibilisation et l'éducation des consommateurs à l'importance de la mode durable sont essentielles pour stimuler la demande et l'acceptation des produits respectueux de l'environnement sur le marché indien.

Les politiques et tendances françaises en matière de développement durable dans l'industrie de la mode ont le potentiel d'influencer et de façonner de manière significative le secteur de la mode indien. L'adoption de pratiques durables peut apporter des avantages concurrentiels, stimuler l'innovation et améliorer la réputation des entreprises de mode indiennes. Toutefois, des défis tels que les limites de l'infrastructure, les implications financières et les complexités de la chaîne d'approvisionnement doivent être relevés grâce à des efforts de collaboration entre le gouvernement, les parties prenantes de l'industrie et les partenaires internationaux.

En s'appuyant sur les connaissances et les bonnes pratiques de la France et d'autres leaders de la mode durable, l'industrie indienne de la mode peut s'engager sur la voie de la durabilité tout en capitalisant sur les opportunités offertes par la demande mondiale croissante de produits de mode respectueux de l'environnement. En fin de compte, l'adoption de la durabilité peut non seulement profiter à l'environnement et à la société, mais aussi contribuer à la croissance et à la compétitivité à long terme de l'industrie indienne de la mode, tant sur le marché intérieur que sur les marchés internationaux.

Nous indiquons un résumé des réponses tirées du questionnaire :

La première question explore le point de vue du répondant sur la mode durable, les répondants ont mentionné qu'il s'agit d'un type de mode respectueux de l'environnement et créé de manière éthique qui réduit les effets néfastes sur l'environnement et les droits des travailleurs. Puisque l'industrie de la mode est connue pour être la deuxième plus polluante de toutes les industries, toute forme d'initiatives, de politiques et de tendances favorables à la nature donnerait des résultats dans l'amélioration des systèmes de travail, des conditions atmosphériques et climatiques, la stabilité économique et donc la garantie d'un avenir meilleur pour les générations futures.

La deuxième question explore la situation actuelle du marché indien de la mode durable et les défis rencontrés par l'industrie de la mode. Les répondants mentionnent qu'il s'agit d'un secteur lent mais stable qui nécessite une attention et une intervention immédiates pour réduire les problèmes environnementaux et sociaux. Les défis mentionnés sont l'exploitation du travail, les mauvaises conditions de travail, l'empreinte carbone, le recyclage et l'inefficacité du recyclage, la consommation importante d'eau, l'utilisation de produits chimiques toxiques, les installations non réglementées, le manque d'éducation et de connaissances des consommateurs, problèmes d'accessibilité et d'abordabilité, détérioration de l'environnement, rejet de polluants dangereux, etc.

La troisième question examine la contribution des répondants au secteur de la mode durable. Les réponses mentionnées sont la sauvegarde de l'éthique et des valeurs environnementales, la circularité de la mode et le système en boucle fermée, l'encouragement des matériaux respectueux de l'environnement, la transparence et l'éducation des consommateurs, l'extension de la durée de vie des vêtements, la production durable de la marque, la conservation durable des vêtements, initiatives d'économie circulaire et développement communautaire.

La quatrième question explore le fait que la France promeut la durabilité dans l'industrie textile à travers divers règlements et systèmes en mettant en œuvre la loi 'Anti-déchets et économie circulaire'. Les répondants affirment que ces régimes et réglementations pourraient être bénéfiques pour l'industrie de la mode indienne en promouvant des pratiques de conception et de production durables, en réduisant les déchets textiles et l'élimination des déchets, en encourageant le développement d'une économie circulaire, influencer le comportement des consommateurs vers une consommation plus durable, etc. Une mise en œuvre réussie nécessiterait un examen attentif du contexte indien, y compris l'infrastructure, la sensibilisation des consommateurs et la coordination dans l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement.

La cinquième question indique que Paris est sur un chemin exemplaire pour devenir la capitale de la mode responsable d'ici 2030 et que l'association 'Paris Good Fashion' mène différents ateliers. Il examine si des initiatives telles que « Paris map of sustainable fashion, » « Glossaire of sustainable & fashion, » « Green Store Challenge, » « Grand Prix Eyes on Talents & Paris Good Fashion, » « Emballages réutilisables, » et « Transparence et traçabilité » s'appliquent également au contexte indien. Les répondants affirment qu'ils sont d'accord pour dire que ces initiatives pourraient s'appliquer à l'industrie de la mode indienne, pour les raisons suivantes :

a. Échelle d'impact :

L'Inde, l'un des plus grands fabricants et consommateurs de textiles et de vêtements dans le monde, a une grande chance d'utiliser des méthodes durables pour influencer l'industrie de la mode mondiale de manière positive. L'impact pourrait être accru par l'adoption d'une stratégie globale au niveau de la ville similaire à Paris.

b. Croissance de la demande intérieure

Il existe un marché intérieur important pour la mode durable en Inde en raison de l'expansion rapide de la classe moyenne du pays et de la conscience environnementale croissante parmi les consommateurs indiens. Le « Green Store Challenge » et d'autres programmes de ce type peuvent servir de catalyseur pour que l'offre corresponde à la demande.

c. Transformation de la main-d'œuvre

Le perfectionnement et le passage à des méthodes plus respectueuses de l'environnement seraient extrêmement bénéfiques pour la main-d'œuvre considérable de l'Inde engagée dans les industries du textile et du vêtement. Les travailleurs seraient habilités et le secteur serait renforcé par des initiatives axées sur la production responsable, la transparence et la traçabilité.

d. Compétitivité mondiale

En adoptant de manière proactive la mode durable, l'Inde pourrait améliorer sa compétitivité sur le marché mondial, car la durabilité devient un élément plus important pour les entreprises de mode et les clients du monde entier.

La sixième question indique que les marques de mode françaises rompent avec le modèle de production traditionnel et adoptent des pratiques durables. Les répondants mentionnent que l'utilisation de matériaux organiques, le recyclage avec du plastique recyclé, l'utilisation zéro de polyester, la création de vêtements intemporels, la collecte d'occasion, les produits et techniques artisanaux traditionnels, Aucun investissement dans le marketing de marque et la transparence à 100% pourrait être bénéfique pour la croissance de la mode durable en Inde.

Les initiatives de mode durable adoptées par les marques françaises pourraient avoir une influence positive sur l'industrie de la mode indienne pour les raisons suivantes :

a. Adoption de matériaux biologiques :

Les marques de mode indiennes pourraient être encouragées à emboîter le pas en raison de l'utilisation croissante du coton, du caoutchouc, du cuir et d'autres matériaux naturels par les entreprises françaises. Cela peut atténuer les effets négatifs du processus de fabrication des vêtements indiens sur l'environnement.

b. Upcycling et recyclage

Les designers indiens peuvent s'inspirer de méthodes comparables en raison de l'accent mis par les entreprises françaises sur la réutilisation des déchets et des plastiques recyclés. Dans l'industrie de la mode indienne, cela peut aider à réduire les déchets et promouvoir l'économie circulaire.

c. Diminution de l'utilisation du polyester

Le départ des entreprises françaises du tissu synthétique non biodégradable pourrait forcer les entreprises de mode indiennes à reconsidérer leur dépendance au polyester et à rechercher des substituts plus respectueux de l'environnement.

d. Des vêtements intemporels et robustes

Étant donné que la surconsommation est un défi majeur de la durabilité en Inde, les entreprises de mode indiennes pourraient être motivées à se concentrer sur la longévité et à réduire la surconsommation en mettant l'accent sur la production de vêtements intemporels et de haute qualité.

e. Collections d'occasion :

Les entreprises françaises peuvent introduire la notion de circularité et de cycles de vie des produits plus longs sur le marché de la mode indienne en introduisant des collections de vêtements d'occasion.

f. Made in France ou Inde

Les entreprises de mode indiennes peuvent être incitées à étudier les programmes *Made in India* qui favorisent la production indigène et l'artisanat traditionnel par les tentatives des marques françaises de fabriquer localement tout en utilisant les compétences artisanales traditionnelles.

g. Marketing et transparence réduits

Les entreprises de mode indiennes peuvent apprendre de l'accent mis par les marques françaises sur la réduction de l'image de marque et du marketing excessif en privilégiant la durabilité à l'image de marque.

La septième question explore si les liens culturels entre la France et l'Inde pourraient être développés dans ce secteur. Les répondants ont mentionné que les secteurs de la mode en France et en Inde ont le potentiel de créer des alliances importantes qui ont le potentiel d'avoir un impact positif sur le paysage mondial de la mode en utilisant leurs riches héritages culturels respectifs, leurs capacités d'innovation, et engagement commun envers la durabilité. Les opportunités de développer des liens culturels pourraient être à travers la conception et la production collaboratives, les programmes d'échanges artisanaux, l'approvisionnement en matières premières durables, l'éducation et la recherche sur la mode durable, le partage de politiques et les événements culturels de mode.

La huitième question demande aux répondants de recommander des stratégies pour le secteur indien de la mode durable afin d'atteindre la croissance. Les répondants ont mentionné que les marques de luxe françaises pourraient s'associer à des collectifs de tissage indiens ou à des artisans de l'impression en bloc, les designers indiens peuvent présenter leurs collections durables à la *Fashion Week de Paris*, Des échanges éducatifs pourraient avoir lieu

entre les écoles de mode des deux pays et des initiatives conjointes concernant les textiles durables et la production de vêtements pourraient être promues.

Le secteur de la mode durable en Inde a une énorme marge de manœuvre pour se développer et prospérer, et apprendre des projets bien gérés d'autres pays pourrait accélérer ce processus. La scène de la mode durable en France offre quelques modèles utiles que l'Inde pourrait emprunter, adapter ou utiliser comme source d'inspiration. Pour accélérer sa propre révolution de la mode durable, l'Inde pourrait être en mesure de copier ou de modifier certaines de ces initiatives de l'industrie coopérative et des programmes de soutien du gouvernement. Dans l'ensemble, il semble y avoir un potentiel important de transfert de connaissances et de pollinisation croisée des idées entre les paysages français et indiens de la mode durable. Le développement de l'industrie de la mode durable en Inde peut être accéléré par un examen approfondi des lois, des pratiques et des programmes particuliers qui correspondent à l'environnement indien.

CHAPITRE 5 : CONCLUSION

L'analyse complète fournie dans ce mémoire a mis en lumière le rôle important que les stratégies, politiques et tendances françaises en matière de mode durable peuvent jouer dans la transformation de l'approche de la durabilité de l'industrie de la mode indienne. Cette recherche a défini un plan convaincant pour que l'Inde tire parti du pouvoir de transformation des pratiques françaises en matière de mode durable en examinant les principes fondamentaux de la mode durable, l'impact du mouvement français de la mode durable et l'état actuel du paysage de la mode en Inde.

Avec plus de 75 millions de travailleurs dans le monde et un chiffre d'affaires de plus de 2 500 milliards de dollars, l'industrie de la mode est une entreprise mondiale de grande envergure. Mais ce secteur gigantesque est également confronté à une multitude de problèmes environnementaux et sociaux, notamment la surconsommation et la surproduction de vêtements, l'exploitation des ressources, les violations des droits de l'homme et la création d'énormes volumes de déchets textiles. La notion de mode durable est apparue comme un remède essentiel pour s'attaquer à ces problèmes urgents, l'objectif étant de réorganiser les méthodes de l'industrie pour adopter des pratiques plus responsables sur le plan écologique et social.

Le fondement de la mode durable est l'idée de développement durable, qui met l'accent sur la satisfaction des besoins actuels sans sacrifier la capacité des générations futures à satisfaire les leurs. Afin de réduire l'impact environnemental de l'industrie de la mode et de promouvoir la durabilité sociale et économique, cette approche globale de l'industrie prend en compte chaque étape du cycle de vie du produit, de la conception et de la fabrication à la consommation et à l'élimination.

La France ayant toujours été considérée comme un acteur majeur de l'industrie de la mode, le mouvement de la mode durable y a été à l'avant-garde de cette évolution mondiale. La France est un leader en matière de techniques de mode durable grâce à sa riche histoire de la mode, à sa responsabilité sociale et à ses initiatives de préservation de l'environnement. La thèse a examiné les différentes façons dont la France a mené ce mouvement, comme la mise en œuvre de lois novatrices, la création de centres de création pour la mode durable et la montée en puissance de créateurs et de marques françaises bien connus qui ont placé la barre plus haut pour une mode consciente des aspects moraux et écologiques.

La mise en œuvre de mesures réglementaires globales, telles que la loi anti-déchets pour une économie circulaire (AGEC), qui oblige les producteurs de textile à assumer la responsabilité des déchets générés par leurs produits, est l'une des contributions les plus importantes du mouvement français de la mode durable. Outre la promotion de l'utilisation de modèles commerciaux circulaires et l'augmentation des taux de recyclage des textiles, cette loi novatrice a suscité l'intérêt pour des cadres législatifs comparables dans d'autres pays, tels que l'Inde.

Par ailleurs, le projet Paris Good Fashion, qui vise à faire de la ville un centre mondial des pratiques éthiques de la mode, est un exemple du soutien du gouvernement français à la mode durable. Ces initiatives de coopération, qui réunissent des designers, des intervenants de l'industrie et des spécialistes, ont été cruciales pour promouvoir l'échange de connaissances, stimuler la créativité et établir de nouvelles normes pour la mode durable.

Le mouvement français de la mode durable a eu un impact international significatif, comme en témoigne la demande croissante d'articles de mode fabriqués de manière éthique et écologique. Lorsqu'ils prennent des décisions sur ce qu'ils doivent acheter, les consommateurs surtout les jeunes générations accordent plus de poids à la durabilité et à la

transparence. Cette tendance est évidente dans l'attrait croissant des étiquettes de mode durables et l'adoption croissante de pratiques commerciales durables par les principaux participants de l'industrie.

L'Inde, deuxième plus grand producteur de textile et de vêtements au monde, offre d'énormes perspectives ainsi que d'énormes obstacles dans le domaine de la mode durable. L'impact environnemental de la mode rapide, l'expansion rapide du secteur de la mode et l'exploitation du travail dans la chaîne d'approvisionnement ne sont que quelques-uns des problèmes qui assaillent l'entreprise. Une autre est l'accumulation rapide de déchets textiles. Ces difficultés soulignent à quel point il est urgent que l'industrie de la mode indienne subisse une refonte en profondeur ; ce changement peut être grandement impacté par l'inspiration et les meilleures pratiques du mouvement français de la mode durable.

Le potentiel des tendances de la mode durable française, de la législation et des stratégies pour déclencher une révolution dans le secteur de la mode indienne a été examiné en profondeur dans cette recherche. La recherche a trouvé de nombreuses façons pour l'Inde d'adapter et de mettre en œuvre ces pratiques durables en examinant les principales composantes de l'approche française, telles que l'encouragement des modèles d'affaires circulaires, l'incitation à l'éco-matériaux et processus de production conviviaux, et l'accent mis sur l'éducation et la transparence des consommateurs.

L'adoption de mesures réglementaires similaires à celles mises en place en France est l'un des domaines d'influence les plus prometteurs. Le secteur indien de la mode peut subir des changements systémiques si des programmes de responsabilité élargie des producteurs (REP), des lois sur la gestion des déchets textiles et des incitations à l'éco-conception et aux pratiques durables sont mis en œuvre. Les entreprises de mode indiennes devraient revoir leurs modèles d'affaires, allouer des ressources aux technologies durables et donner la priorité

à la responsabilité environnementale et sociale si elles devaient se conformer à ces mandats législatifs.

En outre, la création de centres et d'écosystèmes de mode respectueux de l'environnement, inspirés par les efforts français prospères, peut servir de catalyseur pour la créativité, l'échange de connaissances et la collaboration intersectorielle dans le secteur de la mode indienne. En plus d'aider les entreprises éco-responsables à se développer, ces lieux de recherche, d'enseignement et d'entrepreneuriat sur la mode durable encouragerait la création de nouveaux matériaux durables, de nouvelles techniques de production et de nouveaux modèles économiques.

Le mouvement français de la mode durable a mis l'accent sur l'éducation des consommateurs et la transparence, que l'Inde peut utiliser pour influencer les attitudes et les habitudes d'achat des consommateurs. Les entreprises de mode et les décideurs politiques indiens ont le potentiel de permettre aux consommateurs de faire des choix durables et éclairés en adoptant des programmes complets d'éco-étiquetage, en promouvant une plus grande transparence dans les chaînes d'approvisionnement et en organisant des campagnes de sensibilisation du public. Ces actions augmenteront en fin de compte la demande pour une mode plus éthique et respectueuse de l'environnement.

Au-delà des domaines de la réglementation et des politiques, les pratiques françaises de mode durable ont le potentiel d'avoir un impact significatif sur l'Inde. Les designers français, les entreprises et les leaders de l'industrie peuvent offrir à l'Inde leurs connaissances, leur créativité et leurs meilleures pratiques. Les acteurs de la mode indienne peuvent accélérer la transition vers une industrie de la mode plus durable en acquérant des connaissances précieuses sur la conception durable, l'innovation matérielle et les stratégies

commerciales circulaires grâce à des partenariats, des initiatives de partage des connaissances, et les échanges interculturels.

L'adoption de méthodes de mode durables françaises dans le cadre indien n'est pas sans difficultés, cependant. La mise en œuvre de techniques durables dans ces deux pays nécessite une approche nuancée et contextuelle en raison des variations notables du développement économique, des infrastructures et des normes culturelles. Pour assurer l'intégration réussie des méthodes françaises de mode durable en Inde, un certain nombre de questions doivent être soigneusement abordées, y compris l'abordabilité, l'accessibilité des ressources, la complexité de la chaîne d'approvisionnement et l'exigence d'éducation et de sensibilisation des consommateurs.

Une stratégie coordonnée et multimodale incluant les efforts combinés des politiciens, des acteurs industriels, des organisations de la société civile et des consommateurs est nécessaire pour aborder ces questions. L'Inde peut établir un écosystème de mode durable complet et résilient qui non seulement atténue les impacts environnementaux et sociaux de l'industrie, mais favorise également la croissance économique et préserve le patrimoine culturel. Cela peut être réalisé en favorisant des partenariats internationaux solides, en tirant parti de technologies innovantes et en autonomisant les communautés locales.

De plus, l'intégration des modes durables de la France en Inde offre une perspective singulière pour renforcer les liens culturels et économiques entre les deux nations. La mise en place de nouvelles initiatives de coopération, de projets de recherche coopérative et de partenariats économiques transfrontaliers pourrait résulter de l'échange de connaissances, de meilleures pratiques et de progrès techniques, ce qui renforcerait davantage les relations bilatérales entre la France et l'Inde.

Pour résumer, l'évaluation approfondie fournie dans ce mémoire a montré à quel point les tendances, les lois et les pratiques françaises en matière de mode durable ont la capacité de transformer le secteur de la mode indienne. L'Inde a la possibilité de faire un pas révolutionnaire vers une industrie de la mode plus éthique, inclusive, durable et durable en utilisant les connaissances, les technologies et les cadres réglementaires créés en France.

L'adoption des normes françaises de mode durable peut donner à l'industrie de la mode indienne une feuille de route solide pour s'attaquer aux problèmes sociaux et environnementaux urgents auxquels elle est confrontée. Le mouvement français de la mode durable peut fournir des informations précieuses pour un changement positif en Inde, allant de l'adoption de structures commerciales circulaires et de la commercialisation de matériaux écologiques à l'amélioration du bien-être des travailleurs et à l'autonomisation des communautés locales.

En outre, le secteur de la mode ainsi que l'agenda mondial de la durabilité pourraient être considérablement impactés par l'adoption effective des techniques françaises de mode durable en Inde. En montrant l'efficacité de la coopération interculturelle et l'adaptabilité des approches durables, Cette thèse ouvre la porte à un avenir plus mondialisé et durable dans lequel l'industrie de la mode prend l'initiative de promouvoir la justice sociale et la gérance environnementale.

L'industrie de la mode a un rôle crucial à jouer alors que le monde lutte contre le besoin pressant de résoudre les nombreux problèmes causés par l'épuisement des ressources, l'inégalité sociale et le changement climatique. L'Inde peut s'imposer comme un leader mondial de la mode durable, établissant de nouvelles références pour la production éthique, la consommation consciencieuse et la responsabilité environnementale en adoptant les leçons et les meilleures pratiques du mouvement français de la mode durable.

Les avantages de se diriger vers un avenir de mode durable ne pouvaient pas être surestimés, malgré le parcours difficile à venir. L'Inde peut réinventer son secteur de la mode et contribuer à la volonté mondiale de créer un monde plus équitable et durable en utilisant la force transformatrice des méthodes françaises de mode durable. Cette mémoire est un appel à l'action clair, encourageant les consommateurs, les législateurs et les acteurs de la mode à unir leurs forces et à partir sur une voie révolutionnaire qui aura un impact profond sur l'industrie de la mode et au-delà.

Références

Abbate, Stefano, et al. « Sustainability Trends and Gaps in the Textile, Apparel and Fashion Industries.» *Environment, Development and Sustainability*, vol. 26, février. 2023, <https://doi.org/10.1007/s10668-022-02887-2>. Springer.

Achabou, Mohamed. «Ethical Fashion in France: What Levers for a Sustainable Growth?» *Revue TADAMSAD-UNEGMU* , vol. 2.2, le 10 Juillet 2022, p. 36–51.

«About Us – Paris Good Fashion.» *Parisgoodfashion.fr*, parisgoodfashion.fr/en/about-us/.

Armstrong, C., Niinimäki, K., Lang, C. et Kujala, S. (2015). A Use-Oriented Clothing Economy? Preliminary Affirmation for Sustainable Clothing Consumption Alternatives. *Sustainable Development*, 24(1), pp.18-31.

Russell, Belk. « Materialism: Trait Aspects of Living in the Material World» . *ResearchGate*, www.researchgate.net/publication/24098431_Materialism_Trait_Aspects_of_Living_in_the_Material_World.

Brown, Elvia. «Fashion Week – a Much Needed Transformation.» *Modern Mirror*, le 17 Sept. 2020, themodernmirror.com/fashion-week-a-much-needed-transformation/. Accédé le 1 avril. 2024.

Bontoux, L., Boucher, P. et Scapolo, F. (2017). *Textiles and Clothing Manufacturing: Vision for 2025 and Actions Needed*. European Commission.

Bukhari, Mohammad Abdullatif M., et al. « Developing a National Programme for Textiles and Clothing Recovery. » *Waste Management & Research*, vol. 36, no. 4 Mars 2018, pp. 321–31. <https://doi.org/10.1177/0734242x18759190>.

CBI : Ministry of Foreign Affairs. « The European Market Potential for Sustainable Materials | CBI.» *Www.cbi.eu*, 2022, www.cbi.eu/market-information/apparel/sustainable-materials/market-potential.

Chanchal, Jain. « Industry Research - Women's Wear. » *Coursesidekick.com*, le 7 Nov. 2023, www.coursesidekick.com/business/3369387. Accédé le 1 Apr. 2024.

Centobelli, Piera, et al. «Slowing the Fast Fashion Industry: An All-Round Perspective.» *Current Opinion in Green and Sustainable Chemistry*, vol. 38, no. 100684, Dec. 2022, <https://doi.org/10.1016/j.cogsc.2022.100684>. sciencedirect.

Eco TLC. «À PROPOS D'ECO TLC.» *Refashion.fr*, 2019, www.ecotlc.fr/page-41a-propos-d-eco-tlc.html. Accédé le 4 Nov. 2023.

Eder-Hansen, J., Chamler, C., Tärneberg, S. and Tochtermann, T. (2017). PULSE OF THE FASHION INDUSTRY 2017. Global Fashion Agenda & The Boston Consulting Group.

Ellen MacArthur Foundation. «A NEW TEXTILES ECONOMY: REDESIGNING FASHION'S FUTURE.» *Refashion.fr*, 2017,

emf.thirdlight.com/file/24/IwnEDbfI5JTfoAIw_2QI2Yg-6y/A-New-Textiles-Economy_Summary-of-Findings_Updated_1-12-17.pdf.

Ellen Macarthur Foundation. «France's Anti-Waste and Circular Economy Law.» *Www.ellenmacarthurfoundation.org*, le 12 Sept. 2022, www.ellenmacarthurfoundation.org/circular-examples/frances-anti-waste-and-circular-economy-law.

Ellen MacArthur Foundation. « Circular Economy - UK, USA, Europe, Asia & South America - the Ellen MacArthur Foundation. » *Ellenmacarthurfoundation.org*, 2018, www.ellenmacarthurfoundation.org/.

«EKYOG - La Marque.» *Ekyog*, ekyog.com/pages/la-marque-ekyog. Accédé le 18 mars 2024.

«EPR Policy: France's National Programme for Textiles Recovery | Knowledge Hub | Circle Lab.» *Knowledge-Hub.circle-Lab.com*, knowledge-hub.circle-lab.com/article/8959?n=EPR-Policy-France%27s-National-Programme-for-Textiles-Recovery.

European Commission. « Press Corner. » *European Commission - European Commission*, le 30 Mars 2022, ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/QANDA_22_2015.

Fashiongreenhub. «Loi AGECE: La Destruction Des Invendus Des Marques de Mode Interdite à Partir Du 1er Janvier 2022. » *Fashion Green Hub*, le 18 Jan. 2024,

www.fashiongreenhub.org/2024/01/18/loi-agec-la-destruction-des-invendus-des-marques-de-mode-interdite-a-partir-du-1er-janvier-2022/#:~:text=L. Accédé le 18 mars. 2024.

Fashion Law Journal. « Fashion and Cultural Heritage Protection: Safeguarding Tradition in the Modern World - Fashion Law Journal. » *Fashion Law Journal*, le 13 Sept. 2023, fashionlawjournal.com/fashion-and-cultural-heritage-protection-safeguarding-tradition-in-the-modern-world.

Fashion Revolution. «Craft in the Age of Climate Crisis by Fashion Revolution - Issuu.» *Issuu.com*, le 23 Oct. 2023, issuu.com/fashionrevolution/docs/craft_x_climate_report_-_october_2023.

Fashion United. «Global Fashion Industry Statistics.» *Fashion United*, 2022, fashionunited.com/global-fashion-industry-statistics. Accédé le 10 Oct. 2023.

FasterCapital. « Empowering Artisans and Craftsmen to Preserve Cultural Heritage » , le 4 Mars 2024, fastercapital.com/content/Empowering-Artisans-and-Craftsmen-to-Preserve-Cultural-Heritage.html.

Fletcher, Kate. «Slow Fashion: An Invitation for Systems Change.» *Fashion Practice*, vol. 2, n° 2, Nov. 2010, p. 259–65, <https://doi.org/10.2752/175693810x12774625387594>.

Gabriel, Yannis, et Tim Lang. « the Unmanageable Consumer. » *ResearchGate*, Sept. 2015, www.researchgate.net/publication/283326882_The_Unmanageable_Consumer.

Guillaume , Ragonnaud. *BRIEFING EU Legislation in Progress*. avril. 2024, [www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2023/745707/EPRS_BRI\(2023\)745707_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2023/745707/EPRS_BRI(2023)745707_EN.pdf).

Henninger, Claudia E., et al. «What Is Sustainable Fashion?» *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, vol. 20, n° 4, Sept. 2016, p. 400–16, <https://doi.org/10.1108/JFMM-07-2015-0052>.

Hirschman, Elizabeth C., et Morris B.Holbrook. « Hirschman (1982) - Hedonic Consumption Emerging Concepts - Methods and Propositio | PDF | Emotions | Perception. » Scribd, 1982, www.scribd.com/document/262203821/Hirschman-1982-Hedonic-Consumption-Emerging-Concepts-Methods-and-Propositio. Accessed 4 Apr. 2024.

Houghton, Laura. «France Makes Environmental Labelling a Necessity for Large Brands.» *Www.segura.co.uk*, 22 mars 2023, www.segura.co.uk/resources/press/france-makes-environmental-labelling-a-necessity-for-large-brands.

Igini, Martina. « 10 Concerning Fast Fashion Waste Statistics. » *Earth.org*, le 21 août. 2023, earth.org/statistics-about-fast-fashion-waste/.

Islam, Md Mazedul, et al. « Mapping Environmentally Sustainable Practices in Textiles, Apparel and Fashion Industries: A Systematic Literature Review.» *Journal of*

Fashion Marketing and Management: An International Journal, vol. 25, n° 2, Oct. 2020, p. 331–53, <https://doi.org/10.1108/jfmm-07-2020-0130>.

Jørgensen, Michael S., et Jensen Charlotte L. «The Shaping of Environmental Impacts from Danish Production and Consumption of Clothing.» *Ecological Economics*, vol. 83, Nov. 2012, p. 164–73, <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2012.04.002>.

Lundblad, Louise, et Iain Davies. « the Values and Motivations behind Sustainable Fashion Consumption.» *ResearchGate*, Oct. 2015, www.researchgate.net/publication/283009916_The_values_and_motivations_behind_sustainable_fashion_consumption.

Kaushik, Divya. « Chanderi: Weaving and Blending Silk and Cotton.» *The Times of India*, le 13 Oct. 2023, timesofindia.indiatimes.com/life-style/spotlight/chanderi-weaving-and-blending-silk-and-cotton/articleshow/104397793.cms.

Khandual, Asimananda, et Swikruti Pradhan. «(PDF) Fashion Brands and Consumers Approach towards Sustainable Fashion.» *ResearchGate*, Juin 2018, www.researchgate.net/publication/325931724_Fashion_Brands_and_Consumers_Approach_Towards_Sustainable_Fashion.

Klerk, Amy de. «Paris Is Aiming to Be the Sustainable Fashion Capital of the World.» *Harper's BAZAAR*, le 30 janvier 2019, www.harpersbazaar.com/uk/fashion/fashion-news/a26082611/paris-sustainable-fashion-capital/. Accédé le 6 Oct. 2023.

Lambert, Etienne. *How to Leverage Sustainable Fashion Consumption? An Extended Application of the Theory of Planned Behavior Sustainable Fashion Consumption: Theory of Planned Behavior and the Influence of Self-Identity, Perceived Consumer Effectiveness and Fashion Consciousness.* 2019, lutpub.lut.fi/bitstream/handle/10024/160145/Master%20thesis%20Lambert%20Etienn e%202019%20-%20Final%20-%20How%20to%20leverage%20sustainable%20fashio n%20consumption.pdf?sequence=1.

LeMonde. «France to Pay Bonus for Shoes and Clothing Repairs to Cut Waste.» *Le Monde.fr*, le 12 Julliet 2023, www.lemonde.fr/en/environment/article/2023/07/12/france-to-pay-bonus-for-shoe-clo thes-repairs-to-cut-waste_6050031_114.html#. Accédé le 25 Oct. 2023.

Maiti, Rashmila. «Fast Fashion: Its Detrimental Effect on the Environment.» *Earth.org*, le 1 Dec. 2022, earth.org/fast-fashions-detrimental-effect-on-the-environment/#:~:text=The%20Dark %20Side%20of%20Fast.

Niinimäki, Kirsi. «Ethical Foundations in Sustainable Fashion.» *Textiles and Clothing Sustainability*, vol. 1, no. 1, le 20 avril 2015, link.springer.com/article/10.1186/s40689-015-0002-1, https://doi.org/10.1186/s40689-015-0002-1.

Niinimäki, Kirsi. «Green Aesthetics in Clothing : Normative Beauty in Commodities.» *Artifact*, vol. 3, n° 3, Dec. 2014, p.3, <https://doi.org/10.14434/artifact.v3i3.3653>.
Accédé le 8 Oct. 2023.

Kirsi Niinimäki. *Sustainable Fashion : New Approaches*. Aalto University, Helsinki, Finland, 2013.

«Objectifs de Développement.» *PNUD*,
www.undp.org/fr/sustainable-development-goals/responsible-consumption-and-production.

Paris AFP.« France to Pay Bonus for Shoe, Clothes Repairs to Cut Waste. » *France 24*, le 12 Julliet 2023,
www.france24.com/en/live-news/20230712-france-to-pay-bonus-for-shoe-clothes-repairs-to-cut-waste. Accédé le 18 mars 2024.

«Paris Aspire à Devenir La Capitale Mondiale de La Mode Durable.» *L'Officiel de La Couture et de La Mode - Paris*,
www.lofficiel.com/industry-trends/paris-veut-etre-la-capitale-mondiale-de-la-mode-durable. Accédé le 18 mars 2024.

Rao, Bindu Gopal. «Making India's Textile Industry Green.» *FairPlanet*, le 19 Nov. 2022,
www.fairplanet.org/editors-pick/making-indias-textile-industry-green/. Accédé le 12 Oct. 2023.

Reichart, Elizabeth, et Deborah Drew. « By the Numbers: The Economic, Social and Environmental Impacts of ‘Fast Fashion’.» *World Resources Institute*, Jan. 2019, www.wri.org/insights/numbers-economic-social-and-environmental-impacts-fast-fashion.

Ruiz, Arabella. «17 Most Worrying Textile Waste Statistics & Facts». *TheRoundup.org*, le 11 Avril 2023, theroundup.org/textile-waste-statistics/.

Samani, Niti. « Closed-Loop Manufacturing: A Solution for Sustainable Furniture Manufacturing.» *Deskera Blog*, le 11 mai 2023, www.deskera.com/blog/closed-loop-manufacturing-a-solution-for-sustainable-furniture-manufacturing/.

Sardar, Marika. “Indian Textiles: Trade and Production.” *The Met’s Heilbrunn Timeline of Art History*, 1 Jan. 1AD, www.metmuseum.org/toah/hd/intx/hd_intx.htm.

Sankar, Senthil. «The Sustainable Fashion Market in India: An Overview.» *The Times of India*, le 7 Avril 2023, timesofindia.indiatimes.com/blogs/voices/the-sustainable-fashion-market-in-india-an-overview/. Accédé le 12 Oct. 2023.

Sierra, Brittany. « The Psychology of Fast Fashion: Exploring the Complex Emotions That Fast Fashion Evokes in Consumers. » *The Sustainable Fashion Forum*, le 2 février 2023, www.thesustainablefashionforum.com/pages/the-psychology-of-fast-fashion-exploring-the-complex-emotions-fast-fashion-evokes-in-consumers.

Six, Nicolas. «Bonus Réparation' : Une Première Année Aux Allures de Faux Départ. » *Le Monde.fr*, le 4 Jan. 2024, www.lemonde.fr/planete/article/2024/01/04/bonus-reparation-une-premiere-annee-aux-allures-de-faux-depart_6209044_3244.html. Accédé le 18 mars 2024.

SONGE Lab. « La Marque.» *SONGE Lab*, songe-lab.com/pages/la-marque. Accédé le 18 mars 2024.

« The Fashion Pact.» *The Fashion Pact*, www.thefashionpact.org/.

«Tout Savoir Sur l'Économie Circulaire Dans Le Textile.» *ESI - Business School*, www.esi-business-school.com/ecole/developpementdurable/economie-circulaire-textile/. Accédé 22 fev 2024.

Vecher, Corinne. «Chaînes Globales de Valeur et Responsabilité Sociale Des Firmes de L'habillement.» *Revue Française de Gestion*, vol. 201, n° 2, 2010, p. 177–93.

Veja. «Project | VEJA.» *Project | VEJA*, 2023, project.veja-store.com/en.

WWF. « Global Organic Textile Standard International Working Group (IWG) - Global Standard GGmbH. » *Global-Standard.org*, le 21 Sept. 2022, global-standard.org/.

Yang, Mingyu, et al. « Circular Economy Strategies for Combating Climate Change and Other Environmental Issues.» *Environmental Chemistry Letters*, vol. 21, no. 1, Sept. 2022, <https://doi.org/10.1007/s10311-022-01499-6>.

ANNEXE I

Les Transcriptions des réponses reçues pendant l'entretien et dans la questionnaire

Entretien avec Mme. Svetlana Pinto, stagiaire à la marque *Ninoshka à Goa*.

1) Presentez- vous.

Donc, mon parcours dans l'industrie de la mode était simplement par créativité et curiosité qui, dès mon plus jeune âge, j'ai toujours été créative. J'avais donc beaucoup de loisirs et ma licence était en beaux-arts, alors j'ai fait de la publicité en design et c'est là que j'ai réalisé que j'aimais travailler avec mes mains. J'ai adoré un résultat créatif très pratique et artisanal en tant que tel. Donc, après ma licence juste avant la COVID, j'ai eu la chance de travailler comme stagiaire avec Pilu Martins et c'était très agréable, c'était une bonne expérience, très intéressant. J'ai décidé que j'aime le processus de la façon détaillée orienté il peut être dans le monde de la mode. J'ai également eu la chance de travailler avec un architecte d'intérieur. C'était ma phase d'essayer de découvrir où je voulais m'insérer dans ma carrière dans le monde. J'ai donc travaillé avec un architecte d'intérieur et cela impliquait des peintures murales et des peintures de classe. J'ai fait peu de cours de mode ici et là et bien sûr des ateliers sans cesse chaque week-end si j'ai du temps, deux fois par mois juste pour continuer mes loisirs. C'est à ce moment-là que j'ai réalisé que j'avais un penchant pour les textiles parce que j'étais tellement attiré par expérience de travail avec l'architecte d'intérieur, que j'ai été attiré par les tissus et les textiles. Donc, après avoir parlé aux gens et avoir été conseillé par des professionnels de l'industrie, ils m'ont suggéré d'étudier la mode parce que cela donne un pourcentage plus élevé d'étude du textile par rapport à une école d'intérieur et bien sûr des diplômes de maîtrise ce que je voulais à l'époque. En ce moment, j'en profite à fond.

2) Ma première question est selon vous, qu'est-ce que la mode durable et comment pensez-vous que cela va transformer le monde d'aujourd'hui ?

Selon moi, la mode durable peut signifier littéralement tant de choses, mais en même temps, elle a différentes branches, je dirais que vous pouvez avoir la durabilité dans votre processus de mode jusqu'à la production de vos fils à partir de cet aspect. Vous pouvez également avoir un aspect durable dans toute la vie globale de votre produit est une vie circulaire comme ils l'appellent qui est actuellement vous pouvez voir cette tendance parmi les concepteurs. c'est ce dont les gens parlent actuellement. A part de ça si la durabilité dans la mode prend également soin de vos gens parce que c'est une industrie très axée sur le main d'oeuvre et les marques et les entreprises qui prennent réellement soin de leur employés. Ils révèlent en fait avoir des résultats beaucoup plus différents dans ce sens. Cela aide beaucoup dans la durabilité globale. Il protège l'environnement et la main-d'oeuvre.

3) La question suivante serait donc de savoir comment vous décririez la situation actuelle du marché indien de la mode durable et quels sont les défis auxquels le secteur indien est généralement confronté, en fonction de ce que vous voyez ?

- Après avoir étudié au Gujarat dans cet état particulier pendant deux dernières années, j'ai constaté qu'il s'agissait d'un travail et d'une étude côte à côte avec des artisans très ruraux. Donc, vous savez que traditionnellement notre pays est très durable et orienté vers les pratiques de tout et le fait que vous rentrez à la maison avec une déchirure dans votre jupe et votre mère vous dira de ne pas le jeter simple que ça et vous savez que nous pensons sept ou huit fois avant de jeter notre tenue préférée, vous savez que ce sont des choses simples comme ça. Donc je pense consciemment en tant qu'individu je ne dirais pas oui seulement dans ce pays et vous savez le type de personnes que nous sommes et surtout à Goa nous sommes très orientés vivant ce style de vie donc il est lié dans nos vies. Les défis que j'ai remarqué que l'industrie fait face à l'heure actuelle est toute le moteur de la mode rapide comme tout le monde copie dans le sens, bien sûr, de stimuler l'économie et tout le monde

veut avoir une entreprise, mais ils ne sont pas conscients de certains aspects qui les mène à des pratiques non durables et cela cause plus de mal. Je dirais que c'est le principal défi auquel nous sommes confrontés, car il y a beaucoup de pollution et de gaspillage, et ce n'est pas parce que cela ne fonctionne pas du tout à long terme. Il est donc important qu'ils se rendent compte que le changement est important cette année. Et actuellement, vous savez que ce qui a parlé aux gens de la génération précédente, qu'ils soient ou non liés à la mode, ils ont remarqué un changement dans l'industrie de la mode, comment le mouvement de la mode rapide est venu dans des pratiques très contraires à l'éthique et pourtant, actuellement, tout le monde va pour en revenir à la durabilité, ils retournent à leurs racines culturelles, comme c'était le cas auparavant, puis les gens ont remarqué que cela signifie que cela se passe très bien et je pense que la sensibilisation est la meilleure façon de le faire, alors en tant qu'étudiant, je pense que les gens de notre génération et de notre groupe de personnes, on devrait réaliser ça.

3) Alors, en tant que défenseur de la mode durable, comment contribuez-vous au secteur?

Comment travaillez-vous dans ce secteur? Que faites-vous?

- Donc, juste être un étudiant lui-même, c'est bien d'avoir une contribution à l'industrie de chaque projet que nous avons en cours à l'université et à la maison et tout. Donc, actuellement, mon projet de fin d'études est en cours. Mon projet de fin d'études est fondé sur la réduction des déchets textiles. Donc ce que j'avais fait, c'est, vous savez quand nous discussions à l'université des possibilités et des idées et de ce que vous allez faire, ce que nous allons faire et tout ça. Il est généralement très tentant d'aller pour quelque chose de brillant et facile et plus direct ou moins de main-d'œuvre et moins de travail nécessaire, moins de temps consommé. Mais c'est là où il manque de beauté parce que vous savez pour un fait que la pièce que vous créez, il n'a pas l'histoire, il l'aurait eu si vous mettiez, vous savez, quelque

chose d'authentique et rugueux et hors de la terre, vous savez, avec vos mains est un processus très lent comme cela est beaucoup plus intéressant à obtenir. Donc, mon projet actuel, ce que j'ai fait, c'est que j'ai remarqué qu'il y avait beaucoup de gaspillage de textiles dans ma maison pour commencer. En fait, je l'ai remarqué parce que nous sommes une famille de cinq femmes. Donc, cinq femmes dans la maison, c'est beaucoup de vêtements et nous n'aimons pas jeter des choses. J'ai donc réfléchi à la façon d'y faire face. Donc ce projet avec lequel je travaille est chez la marque *Ninoshka*. Ce que j'ai fait, c'est que j'ai organisé une collecte de dons pour les vêtements et ça s'est très bien passé parce que nous avons reçu beaucoup de dons de tout l'état. Donc on le fait ensemble. Donc, avoir des dons venant de tout l'État, c'était très agréable de voir comment les gens font consciemment l'effort d'y participer. En outre, c'était aussi simple qu'une personne était vraiment inspirée par notre travail. Il a appelé deux ou trois amis, puis il leur a dit : « Tiens, il y a des enfants qui font ça ». Comme il y a notre propre peuple, comme les gens ne s'y attendent pas. Vous savez, c'est bien d'avoir une contribution et une sensibilisation qui se répandent comme parmi votre propre peuple, alors c'était bien. Donc, à partir de là, nous avons collecté les denims et nous les recyclons pour donner aux vêtements une nouvelle vie et nous créons une gamme de nouveaux vêtements, nous créons des vestes et des gilets et des ponchos et tout, comme pour créer quelque chose de nouveau, qui peut être utilisé certainement à nouveau.

En fait, sur insta, j'avais vu qu'il s'agissait d'un projet Zéro Déchet. Oui.

Nous essayons de réduire l'utilisation du tissu synthétique, alors nous l'incluons. C'est très intéressant. C'est donc un processus d'apprentissage pour moi et tout ce recherche et aussi pour toute la vie. Non seulement il va se terminer à ce moment, vous savez, mais je souhaite continuer parce que j'ai le trouvé instructif, apprendre sur la mode durable. Oh, celui-ci, je

n'étais pas au courant, Mais maintenant, ça me fait vraiment réfléchir quand je vois mes vêtements, c'est avec une nouvelle perspective.

4) D'accord, nous nous concentrons maintenant sur la France. Ainsi, la France promeut la durabilité dans l'industrie du textile à travers la mise en œuvre de réglementations et de régimes, notamment la loi Anti-gaspillage pour l'économie circulaire. Donc, en vertu de cette loi, il y a trois régimes ou une combinaison de règles, alors le premier est appelé règle de responsabilité élargie des producteurs dans le textile. Donc, essentiellement, le gouvernement rend les marques et les détaillants responsables des déchets qu'ils produisent. Donc, en leur demandant de payer une contribution financière, de donner une contribution financière. Il existe un organisme agréé par l'État, Refashion qui ramasse les déchets et, grâce à l'argent que les marques leur versent les amendes.. Ensuite, le gouvernement a donc interdit aux marques de ne pas détruire leurs vêtements et accessoires invendus et de les encourager à les recycler. Donc, au lieu de les laisser aller dans les sites d'enfouissement et de les mettre dans cette situation, ils font la promotion du recyclage, du don ou de la réutilisation de ces produits. Et le troisième est le bonus pour le programme de réparation. Comme vous le disiez, c'est dans notre culture, réparer, coudre nos vêtements quand ils sont déchirés. Maintenant, avec la mode rapide et avec cet engouement pour les vêtements et le cycle de vie court des vêtements et l'évolution des tendances, je pense que nous nous éloignons de nos pratiques traditionnelles et chaque fois que nous voyons une petite déchirure ou une chaussure cassée, nous la jetons. Nous voyons donc ici en France ce système où le gouvernement français encourage les consommateurs à venir, à réparer leurs vêtements et à recevoir un bonus. L'autre avantage est que ce système montre que le gouvernement soutient également les marques qui offrent ces services, Il s'agit donc de trois choses. Donc, à votre avis, ces programmes et

règlements pourraient-ils être incorporés et aider au développement de l'industrie de la mode indienne?

- Oui, bien sûr. Je suis convaincue que le gouvernement indien peut vraiment s'inspirer de la façon dont il a adopté sa culture. Comme c'est le cas actuellement, le département du textile de l'Inde se porte très bien sur les artisans et la terre. La dernière fois que j'ai parlé à des artisans, ils m'ont dit qu'ils recevaient beaucoup d'aides financières et de subventions du gouvernement, qu'ils s'occupaient des familles et qu'ils les aidaient à l'éducation de leurs enfants et à se procurer du matériel pour être si ruraux dans cette région. Je pense qu'il peut certainement mettre en œuvre des programmes en tant que tels. Mais au-delà de la mise en œuvre, je pense, du système d'éducation, je pense que les collèges de mode en Inde devraient sensibiliser les étudiants à ces programmes, car je pense qu'il y a déjà tellement de programmes dont nous ne sommes pas vraiment au courant. Et un individu se lance maintenant dans l'industrie et c'est le moment que nous devrions en profiter et nous devrions l'utiliser pour toute notre carrière. En fait, le gouvernement indien joue leur rôle. L'*EDC* qui accorde des prêts à quiconque démarre une petite entreprise, directement à partir de machines à coudre. Je pense que la réalité est de consentir des prêts allant jusqu'à huit ou neuf lakhs, ce qui est excellent, ce qui est tout à fait bon. De plus, côte à côte, j'ai entendu dire et ce que j'ai lu aux nouvelles que le budget financier suivant, ils vont en fait investir beaucoup plus dans l'industrie textile de l'Inde pour soutenir les pratiques durables et traditionnelles de l'artisan. Cela me rend heureuse de le voir prendre ces mesures.

5) Ainsi, la question suivante est, Paris est sur un parcours exemplaire pour devenir la capitale de la mode responsable d'ici 2030. Il s'agit d'une organisation appelée *Paris Good Fashion* qui travaille pour atteindre cet objectif et leurs différents ateliers. Ainsi, quelques-uns de leurs ateliers sont la Carte de Paris de la mode durable. Leur objectif est de faire la lumière sur ces

marques durables qui sont établies à Paris et de les faire connaître dans le monde entier. Puis ils ont également créé un glossaire de termes durables et de mode pour éduquer les gens parce que je pense aujourd'hui beaucoup de gens comme mes camarades de classe, ils sont conscients du terme appelé mode durable, mais ils ne savent pas vraiment ce qu'est exactement la mode durable. Ils ont fait leurs propres définitions. Donc, ici, vous pouvez voir l'association prendre l'initiative d'éduquer les gens sur les vraies principes sur lesquels le secteur est fondé. Et il existe aussi le *Green store Challenge*. Il s'agit essentiellement de soutenir et d'encourager les magasins, les marques existantes à améliorer l'impact environnemental de leurs produits. Ils sont donc en train de leur donner une reconnaissance s'ils prennent un pas d'avance en prenant une initiative pour réduire et améliorer leur impact environnemental et la performance. Puis, le Grand Prix Eyes on Talents x Paris Good Fashion qui est comme un concours de talent essentiellement pour les jeunes créateurs de mode à venir et démontrer leur la créativité et l'innovation dans ce domaine. Il y a des emballages réutilisables, transparence et traçabilité. À votre avis, l'Inde devrait-elle suivre un plan similaire pour devenir durable, progressiste et à la mode, créer une association comme celle-ci et travailler sur ce type d'ateliers ?

- Bien sûr, je pense qu'ils le peuvent certainement. Je veux dire comme vous l'avez mentionné au sujet de la carte qu'elle ont créée. Vous savez, il y a des gens qui ont des choses comme ces promenades patrimoniales à Goa. On en apprend beaucoup. Il m'est littéralement venu à l'esprit que nous n'avions pas une chose semblable pour l'industrie de la mode. C'est donc très intéressant. J'aimerais voir quelqu'un le faire. Ou peut-être que je vais même penser à faire quelque chose comme ça.

Je pense que dans l'industrie durable, vous savez qu'elle ne fonctionne pas comme les autres industries, comme si c'était mon idée, pas votre idée. C'est bon car à l'échelle mondiale, vous

pouvez encourager n'importe qui et tout le monde à participer et à sensibiliser et il suffit d'en parler et de faire un effort conscient.

Donc oui, nous pouvons certainement mettre en œuvre des idées similaires. Oui, c'est vrai qu'il n'y a pas de limites. Je veux dire, si vous savez que vous voyez quelqu'un entrer en contact avec cette organisation en particulier et lui dire par exemple : « Je veux faire quelque chose de semblable à ce que vous faites en Inde qui lancerait une conversation très sérieuse. »

6) Et le suivant est que plusieurs marques françaises rompent avec le modèle traditionnel de la production et adoptent des pratiques durables telles que l'utilisation de matériaux organiques, l'upcycling comme vous les suivez également. Pour cette raison, une marque recycle avec du plastique recyclé et des matériaux jetés, puis zéro utilisation du polyester, créant des vêtements intemporels en suivant des modèles classiques. Introduisant la collection de seconde main de leurs propres produits, j'ai appris que cette marque invite les clients à retourner les produits qu'ils avaient achetés à partir de là, puis ils établissent une collection de seconde main dans leur propre magasin. Et puis vous avez la production principale *Made in France* comme avec tout en incorporant des techniques artisanales traditionnelles qui se passe déjà en Inde. Puis nous n'avons aucun investissement dans le marketing de marque. La marque *Veja* est bien connue dans le monde et elle ne investit pas d'argent dans le marketing. Elle préfère utiliser cet argent pour acheter des matières organiques et vous donner tous des produits de meilleure qualité plutôt que de dépenser autant d'argent sur le marketing et ils sont aussi assurer une transparence totale. Donc, à votre avis, ces tendances de la mode durable pourraient-elles avoir une influence positive sur le marché indien de la mode ?

- Absolument. Ils le peuvent. En fait je veux dire que vous savez qu'aucun budget pour l'aspect marketing est une approche similaire qu'utilise la marque Zudio. Ils ne font pas de marketing ils n'ont pas d'affiches ils n'ont rien mais mais c'est l'autre côté qui est fair partie

de la mode rapide, donc ils économisent également de l'argent en ne faisant pas de marketing, mais ils l'investissent dans quelque chose qui n'aura pas d'impact négative à long terme. Ouais j'ai hâte de voir les nouvelles marques à venir parce que bien sûr nous avons les réseaux sociaux et l'Internet et comme nous sommes tellement curieux à découvrir d'autres marques partout dans le monde, nous devrions nous inspirer d'eux et devrions suivre ce qu'ils font. Je suis sûre que nous pouvez et nous le ferons. Actuellement beaucoup de marques en Inde se passent également vers les tissus durables. Mais oui c'est vraiment even the petits créateurs de mode qui proposent leurs propres marques sont très attirés par cet aspect. Donc, le changement se produit. Cela a commencé et signifie beaucoup.

7) Et la question suivante est je pense que vous pensez que les liens culturels entre la France et l'Inde pourraient être développés à travers cette pratique à la mode durable et durable comme autrement nous voyons des collaborations de mode donc maintenant dans la mode durable peut être vu les marques collaborent entre la France et l'Inde et vous savez aussi construire à travers ces liens culturels.

- Certes. Je pense que Dior qui est une marque française, elle a eu leur spectacle précédent à Bombay en collaboration avec Chanakaya, à Bombay . Donc Chanakaya est une ONG que vous savez est un groupe de femmes qui travaillent sur l'artisanat, il ont donc collaboré avec Dior. Donc, cette collaboration a littéralement explosé dans l'industrie au point que tout le monde a découvert qu'elle a fait leurs propres recherches car partout dans le monde les gens ont les yeux sur les artisans indiens et sur les compétences que nous avons dans ce pays. Donc c'est certainement a ouvert beaucoup de portes aux groupes français et aux marques pour collaborer avec les gens de notre pays. Beaucoup d'entre eux sont aujourd'hui de plus en plus transparentes au sujet de leur processus et de l'endroit où elles s'approvisionnent en matériaux, où elles s'approvisionnent en main-d'œuvre qualifiée et en artisanat, de sorte

qu'elles se lancent maintenant dans le processus. De plus, pour que Dior prenne cette mesure et qu'au niveau international, cette collaboration soit visible dans le monde entier, les gens sont beaucoup plus sensibles et fiers de faire leur travail par des artisans indiens. Considérant également qu'une fois que vous êtes transparent sur votre processus, vous devez prendre soin consciemment de vos artisans qui font votre travail parce que vos gens vous regardent. Mais les labels font un effort conscient pour commencer à prendre soin de leurs travailleurs, à bien les traiter et à leur verser le salaire qu'ils méritent. C'est donc un bon changement qui a commencé. C'est aussi très inspirant pour les jeunes comme moi.

Les réponses de 4 participants indiens qui vivent à l'extérieur de Goa, reçues par le questionnaire .

Participant 1 - Pooja Dhabuwala, styliste de mode à Mumbai.

Participant 2 - Anthony Alphonso, maître de conférences à l'Université Karnavati au Gujarat.

Participant 3 - Diya Sharma, créatrice de mode durable à Bangalore

Participant 4 - Dhanya Mathew, créatrice de mode durable à Delhi

1. Selon vous, qu'est-ce que la mode durable ? Comment pensez-vous que cela va transformer le monde ?

Participant 1: Créer un vêtement sans trop détruire l'environnement et éviter la cruauté envers les animaux. La mode durable est d'aider notre environnement en déclin, de réduire la pollution.

Participant 2: Selon moi, la durabilité est un mode de vie, dans l'industrie de la mode, il est souvent utilisé de manière lâche. Cependant, la réalité est que nous sommes arrivés à un point critique où un changement significatif est impératif, et le temps presse. Il ne suffit plus de

parler de durabilité, nous devons prendre des mesures concrètes pour résoudre les problèmes environnementaux et sociaux urgents au sein de l'industrie de la mode.

Participant 3 : Je crois que la mode durable est un type de mode qui est respectueux de l'environnement et créé de manière éthique, c.-à-d. réduit les effets néfastes sur l'environnement et est conscient des personnes qui travaillent pour produire des vêtements et des accessoires. Puisque l'industrie de la mode est connue pour être la deuxième plus polluante de toutes les industries, toute forme d'initiatives, de politiques et de tendances favorables à la nature donnerait des résultats dans l'amélioration des systèmes de travail, des conditions atmosphériques et climatiques, la stabilité économique et donc la garantie d'un avenir meilleur pour les générations futures.

Participant 4 : La mode durable désigne la conception, la production et la consommation de vêtements et d'accessoires d'une manière qui minimise l'impact environnemental et social tout au long du cycle de vie du produit. Je crois que le passage à la mode durable peut contribuer à une économie mondiale circulaire, respectueuse de l'environnement, socialement juste, au bénéfice des personnes et de la planète.

2. Comment décririez-vous la situation actuelle du marché indien de la mode durable? Quels sont les défis auxquels est généralement confronté le secteur indien?

Participant 1: Au départ, la mode indienne n'était qu'une question de mode durable puisque nous sommes dans un métier à tisser. Une fois que les anglais sont arrivés, nous avons commencé à utiliser tous les différents types de tissu qui était un remplacement bon marché de métiers à tisser. Le plus grand défi que l'Inde pourrait trouver est jour après jour la

communauté des tisserands de métier à tisser à la main disparaissent ou ils ne sont pas assez payés pour rester dans le secteur des métiers à tisser à la main.

Participant 2 : L'Inde, en tant que nation, incarne la durabilité dans de nombreux aspects de la vie, et l'industrie de la mode ne fait pas exception. Cependant, le défi consiste à éduquer les gens sur les pratiques durables dans ce secteur.

Participant 3 : Actuellement, le secteur indien de la mode durable se développe progressivement. Mais c'est le besoin de l'heure de révolutionner la durabilité de la mode car les conséquences sont dangereuses pour les générations présentes et futures. Parmi les principaux défis auxquels le secteur indien doit faire face figurent l'exploitation de la main-d'œuvre, l'accumulation rapide de déchets textiles, la consommation importante d'eau, l'empreinte carbone, etc.

Participant 4: La situation actuelle du marché indien de la mode durable est lente et stable, mais il doit se développer rapidement pour un maximum d'avantages pour l'environnement et la société. Malheureusement, le secteur de la mode indienne souffre de l'exploitation des travailleurs, de mauvaises conditions de travail, d'installations non réglementées, d'un manque de connaissances des consommateurs, de problèmes d'accessibilité et d'abordabilité, d'une détérioration environnementale importante, etc.

3. En tant que défenseur de la mode durable, comment contribuez-vous à ce secteur?

Participant 1: Je préfère toujours porter des vêtements en coton ou en lin qui soutiennent notre climat de Bombay et je ne négocie pas pour des vêtements durables.

Participant 2: Je mène une vie durable et je m'efforce d'éduquer les autres en donnant l'exemple plutôt que de prêcher.

Participant 3: En tant que créatrice de mode durable, je contribue en suivant des actions éthiques et respectueuses de l'environnement, la circularité de la mode et les systèmes en boucle fermée, en encourageant les collections d'occasion, en les refaisant par recyclage et réutilisation, et en entretenant des partenariats avec les communautés locales.

Participant 4 : En tant que défenseur de la mode durable, je contribue à ce secteur en m'impliquant dans la production de marques durables, la conservation durable des garde-robes, les initiatives d'économie circulaire et le développement communautaire.

4. La France promeut la durabilité dans l'industrie textile à travers divers règlements et dispositifs, notamment par la mise en œuvre de la loi « Anti-déchets et économie circulaire. »

Cela comprend :

A) Programme de responsabilité élargie des producteurs (REP) dans les textiles :

Les marques ou les détaillants assument la responsabilité des déchets générés par leurs produits en payant l'organisation écologique accréditée par l'État, Refashion, pour sa gestion et son recyclage.

B) Interdire la destruction des vêtements et accessoires invendus et encourager le processus de recyclage.

C) Bonus réparation

Gagner un bonus pour réparer vos vêtements et chaussures au lieu de les jeter.

À votre avis, ces régimes et règlements pourraient-ils être intégrés et aider au développement de l'industrie de la mode indienne?

Participant 1: Oui, ça devrait aider.

Participant 2: Oui, en effet, chaque petit effort compte. Cependant, il convient de noter que :

A) De nombreuses pratiques durables sont mises en œuvre par les usines, puis vendues aux vendeurs, comme au marché de Kurla Chindi.

B) Les grandes marques intègrent souvent des pratiques durables dans leurs opérations standard.

C. Régulièrement, les individus en Inde pratiquent la durabilité, par exemple en patronnant les ateliers de tailleurs pour les réparations et les modifications.

Participant 3: Oui. Ces types de schémas et de réglementations, s'ils sont soigneusement adaptés au contexte indien, pourraient contribuer à développer considérablement la durabilité dans l'industrie de la mode indienne. Les marques pourraient être encouragées à concevoir et à produire davantage de produits circulaires. En outre, la gestion des déchets textiles et l'infrastructure de recyclage pourraient être améliorées pour assurer le succès des projets.

Participant 4: Je suis d'accord. Ces dispositifs et réglementations pourraient être bénéfiques pour l'industrie de la mode indienne en promouvant des pratiques de conception et de production durables, en réduisant les déchets textiles et l'élimination des déchets, en encourageant le développement d'une économie circulaire, influencer le comportement des consommateurs vers une consommation plus durable, etc. Une mise en œuvre réussie nécessiterait un examen attentif du contexte indien, y compris l'infrastructure, la

sensibilisation des consommateurs et la coordination dans toute la chaîne d'approvisionnement.

5) Paris est sur un chemin exemplaire pour devenir la capitale de la mode responsable d'ici 2030. Pour atteindre cet objectif, l'association Paris Good Fashion organise différents ateliers.

- Carte de Paris de la mode durable
- Glossaire du développement durable et de la mode
- Green Store Challenge
- Grand Prix Regard sur les talents & Paris Good Fashion
- Emballages réutilisables
- Transparence et traçabilité

À votre avis, l'Inde devrait-elle suivre un plan similaire pour devenir durablement progressiste dans la mode ?

Participant 1: L'Inde essaie également d'être sur le développement durable. Maintenant, les marques de mode maximum utilisent des vêtements durables pour l'emballage, en fait les propriétaires de petites entreprises utilisent également des emballages durables. L'Inde a interdit beaucoup de matières plastiques. L'Inde élabore son propre plan pour une mode durable.

Participant 2: Absolutely, all the above have been implemented among younger fashion brands (eg. Mati, kachracoutoure)

Participant 3: Oui. Il faudrait l'engagement de l'industrie, du gouvernement et des consommateurs, mais les avantages économiques et environnementaux potentiels en font une entreprise valable. Voici quelques-unes des initiatives clés que l'Inde pourrait envisager, selon l'exemple du PGF :

- Élaborer une feuille de route exhaustive en matière de mode durable avec des objectifs clairs
- Établir une association industrielle pour coordonner les efforts
- Lancer des campagnes éducatives et des programmes de perfectionnement des compétences

Participant 4 : Je suis d'accord. Je crois que toutes les initiatives ci-dessus, si elles sont mises en œuvre, pourraient aider à créer une durabilité progressive dans l'industrie de la mode indienne, en particulier en encourageant les pratiques durables parmi les marques de mode et les détaillants, et promouvoir la transparence et la traçabilité dans la chaîne d'approvisionnement.

Plusieurs marques de mode françaises rompent avec le modèle de production traditionnel et adoptent des pratiques durables telles que

- Utilisation de matières organiques comme le coton, le caoutchouc, le cuir, etc.
- Recyclage avec du plastique recyclé ou de vieux matériaux jetés
- Aucune utilisation de polyester
- Créer des vêtements intemporels
- Introduction de la collecte d'occasion de leurs propres produits
- Produire des produits *Made in France* en intégrant des techniques artisanales traditionnelles
- Aucun investissement dans le marketing de la marque et une transparence totale

Selon vous, ces tendances durables pourraient-elles avoir une influence positive sur l'industrie de la mode indienne ?

Participant 1: L'Inde est celui qui est plus dans le marché durable que beaucoup d'autres pays, l'Inde est le deuxième plus grand pays dans la fabrication de tissu de coton. Le marché indien de la mode utilise la viscose comme remplacement d'autres tissus artificiels. Comme la

viscose est faite de plantes recyclées et de résidus. Je pense que l'Inde fait tout le modèle ci-dessus.

Participant 2: Absolument, il y a une tendance croissante parmi les jeunes marques de mode à adopter des pratiques durables, reflétant un changement vers des choix de mode plus responsables et éco-responsables.

Participant 3: Oui. Les pratiques durables adoptées par les marques de mode françaises pourraient servir de modèle à l'industrie de la mode indienne, encourageant un changement vers des pratiques plus responsables sur le plan environnemental et social. Cela pourrait en fin de compte profiter au consommateur indien, à l'industrie et à l'environnement.

Participant 4: Je suis d'accord. L'approche holistique durable adoptée par les maisons de mode françaises progressistes fournit une feuille de route que l'industrie indienne pourrait chercher à reproduire et à adapter à son propre contexte. Cela pourrait créer un changement significatif vers des pratiques plus responsables sur le plan environnemental et social.

7) Pensez-vous que des liens culturels entre la France et l'Inde pourraient se développer dans ce secteur ?

Participant 1: Oui, il peut puisque l'Inde a le plus grand marché de fabricant de tissus durables.

Participant 2: Certes, le fait que la France soit reconnue comme la capitale de la mode va non seulement favoriser la croissance mais aussi offrir des opportunités de visibilité importantes pour les jeunes et futurs créateurs

Participant 3: Cette tendance pourrait renforcer les liens culturels entre les deux pays. L'intérêt commun et l'investissement dans la mode durable pourraient fournir une plate-forme pour l'échange culturel accru, la collaboration et la compréhension mutuelle. Il pourrait y avoir une augmentation des partenariats commerciaux et commerciaux, des initiatives ou des programmes conjoints, des événements culturels et des expositions, des collaborations entre les artistes et les médias français et indiens, et un accroissement du tourisme.

Participant 4: Je suis d'accord. Les marques de luxe françaises peuvent s'associer à des collectifs de tissage indiens ou à des artisans de l'impression en bloc,

Des échanges éducatifs pourraient avoir lieu entre les écoles de mode des deux pays et

Des initiatives conjointes concernant la production durable de textiles et de vêtements pourraient être encouragées.

8. Que recommanderiez-vous comme stratégies pour le secteur indien de la mode durable afin d'atteindre la croissance?

Participant 1: L'Inde est déjà un marché en croissance pour la mode durable, mais c'est toujours un marché de niche, le gouvernement indien devrait aider dans l'infrastructure afin qu'il puisse atteindre la masse.

Participant 2: Pour produire un produit vraiment exceptionnel, durable et intemporel, l'investissement requis dépasse celui de la création d'un nouvel article. Cet investissement comprend non seulement le temps, le travail et l'argent, mais aussi un engagement envers des pratiques éthiques et des matériaux respectueux de l'environnement. Malheureusement, beaucoup de gens comprennent le coût. Par conséquent, il devient crucial d'éduquer les clients sur la valeur des produits durables et les histoires qu'ils racontent – des histoires d'artisanat,

de gestion environnementale et de responsabilité sociale et pourquoi le coût de la mode durable est un peu plus élevé

Participant 3: La croissance peut être réalisée dans ce secteur en renforçant les pratiques d'approvisionnement et de production durables, en développant une image de marque et un marketing efficaces et en améliorant l'éducation et l'engagement des consommateurs.

Participant 4: Les stratégies de croissance recommandées visent à favoriser les collaborations et les partenariats, à accroître la sensibilisation des consommateurs, à investir dans le renforcement des compétences et des capacités et à tirer parti des technologies numériques.

ANNEXE 2

Exemplaires de la formulaire de consentement et de la questionnaire :

Consent form for Interview session

Questions Responses 1 Settings

Full Name of Participant
1 response
Svetlana Pinto

Email Id of Participant
1 response
svetlanapinto2@gmail.com

Preferred mode of Interview
1 response
Copy

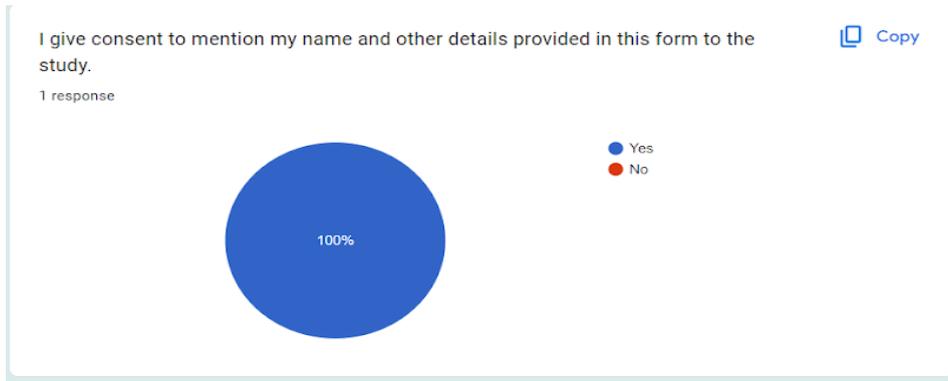
100%
● In-person
● Online

Agreed date of Interview
1 response
Mar 2024 | 12

Thank you for agreeing to be interviewed as part of this research. This consent form is necessary for us to ensure that you understand the purpose of your involvement and that you agree to the conditions of your participation.

Consent of participation
1 response
Copy

Statement	Count	Percentage
I have read the information provided above and understand the purpose of the study.	1	100%
Yes, I agree to participate voluntarily in this research.	1	100%
Yes, I agree to be recorded for the duration of the interview.	1	100%
I understand that I will receive a copy of this form after its submission.	1	100%

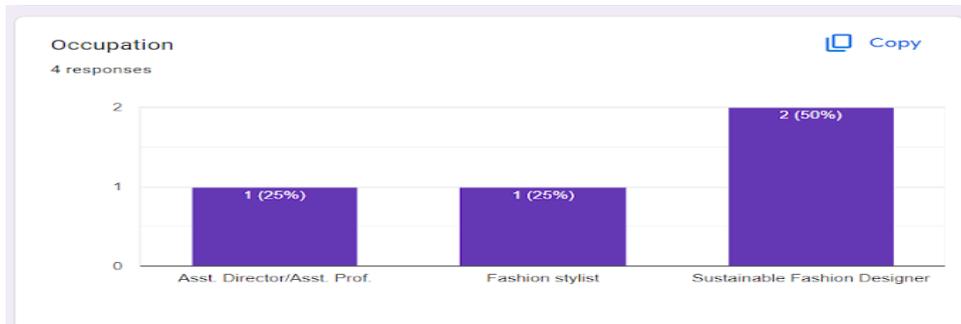


Research oriented Questionnaire ☆ Send

Questions Responses **0** Settings

Name
4 responses

- Pooja dhabuwala
- Anthony Alphonso
- Diya Sharma
- Dhanya Mathew



Place
4 responses

- Mumbai
- Gujrath
- Bengaluru
- Delhi

1. According to you, what is sustainable fashion ? How do you think this will transform the world ?

4 responses

Creating a garment without much affecting the environment and avoiding animal cruelty. Sustainable fashion is a to help our declining environment, it will less affect the pollution.

to me Sustainability is a lifestyle, in the fashion industry, it's often used loosely. However, the reality is that we've reached a critical juncture where meaningful change is imperative, and time is running out. It's no longer enough to simply talk about sustainability, we must take tangible actions to address the pressing environmental and social issues within the fashion industry.

I believe that sustainable fashion is a type of fashion that is environmentally friendly and ethically created, i.e. reduces ill effects on the environment and is mindful of the people who work to produce garments and accessories. Since the fashion industry is known to be the second most polluting of all industries, any form of nature friendly initiatives, policies and trends would yield results in the improvement of labour working systems, atmospheric and climatic conditions, economic stability and therefore safeguards a better future for the upcoming generations.

Sustainable fashion refers to the design, production, and consumption of clothing and accessories in a way that minimizes the environmental and social impact throughout the entire lifecycle of the product. I believe that the shift towards sustainable fashion can contribute to an environmentally-friendly, socially-just, circular global economy, benefiting both people and the planet.

2. How would you describe the current situation of the Indian Sustainable Fashion Market ? What are the challenges that are generally faced by the Indian sector?

4 responses

Initially Indian fashion was only about sustained fashion since we are in to a handloom products. Once the British came we started using all the different kind of fabric which was a cheap replacment of handlooms. Mostly biggest challenge India could find is day by day the community of handloom weavers are getting vanish or they are not getting paid enough to stay in handloom sector.

India, as a nation, embodies sustainability in many aspects of life, and the fashion industry is no exception. However, the challenge lies in educating people about sustainable practices within this sector.

Presently, the Indian sustainable fashion sector is gradually growing. But it is the need of the hour to revolutionise fashion sustainability as the consequences are hazardous for the present and future generations. Some of the major challenges that needs to be tackled by the Indian sector include labour exploitation, rapid accumulation of textile waste, extensive water consumption, carbon imprint etc.

The current situation of the Indian sustainable fashion market is slow and steady, but it needs to develop at a speedy rate for maximum benefits to the environment and society. Unfortunately, the Indian fashion sector suffers from worker exploitation, poor working conditions, unregulated facilities, lack of consumer knowledge, accessibility and affordability issues, extensive environmental deterioration, etc.

3. As an advocate of sustainable fashion, how do you contribute to this sector ?

4 responses

I always prefer wearing cotton or linen clothes which support our Bombay weather also and I don't bargain for the sustainable clothing.

I lead a sustainable lifestyle and strive to educate others by setting an example rather than preaching.

As a sustainable fashion designer, I contribute by following ethical and environmentally conscious actions, fashion circularity and closed loop systems, encouraging second-hand collections, refashioning by recycling and reusing, and maintaining partnerships with local communities.

As an advocate of sustainable fashion, I contribute to this sector by being involved in sustainable brand production, sustainable wardrobe curation, circular economy initiatives, and community building.

4. France is promoting sustainability in the textile industry through various regulations and schemes notably by implementing the '**Anti-waste and Circular Economy**' law. This includes :

A) Extended Producer's Responsibility (EPR) Scheme in textiles:

Brands or retailers take responsibility for the waste generated by their products by paying the state accredited eco-organisation, Refashion for its management and recycling.

B) Banning destruction of unsold clothes and accessories and encouraging the process of recycling.

C) Bonus for Repair scheme

Earn a bonus for repairing your clothes and shoes instead of disposing it.

In your perspective, could these schemes and regulations be incorporated and help in the development of the Indian Fashion Industry ?

4 responses

Yes it should help.

Yes, indeed, every small effort counts. However, it's worth noting that:

A. Many sustainable practices are implemented by factories and then sold to vendors, such as in the Kurla Chindi Market.

B. Larger brands often incorporate sustainable practices as part of their standard operations.

C. Regularly, individuals in India practice sustainability, such as by patronizing tailor shops for repairs and alterations.

5) Paris is on an exemplary journey to become the capital of responsible fashion by 2030. To achieve this goal, the association 'Paris Good Fashion' is conducting various workshops.

- Paris map of sustainable fashion
- Glossary of sustainable & fashion
- Green Store Challenge
- Grand Prix Eyes on Talents & Paris Good Fashion
- Reusable Packaging
- Transparency & Traceability

In your opinion, should India follow a similar plan to become sustainably progressive in fashion ?

4 responses

India is also trying to be on sustainable development. Now maximum fashion brands are using sustainable clothing to packaging, infact small business owners also using sustainable packaging. India has banned lot of plastic based material. India is making there own plan for sustainable fashion.

Absolutely, all the above have been implemented among younger fashion brands (eg. Mati, kachracoutoure)

Yes. It would require commitment from industry, government, and consumers, but the potential economic and environmental benefits make it a worthwhile endeavor. Some key initiatives India could consider, based on the PGF example, include:

- Developing a comprehensive sustainable fashion roadmap with clear targets
- Establishing an industry association to coordinate efforts
- Launching educational campaigns and skill development programs

In your perspective, could these schemes and regulations be incorporated and help in the development of the Indian Fashion Industry ?

4 responses

Yes it should help.

Yes, indeed, every small effort counts. However, it's worth noting that:

- A. Many sustainable practices are implemented by factories and then sold to vendors, such as in the Kurla Chindi Market.
- B. Larger brands often incorporate sustainable practices as part of their standard operations.
- C. Regularly, individuals in India practice sustainability, such as by patronizing tailor shops for repairs and alterations.

Yes. These types of schemes and regulations, if carefully adapted to the Indian context, could help significantly develop sustainability in the Indian fashion industry. Brands could be encouraged to design and produce more circular products. Also, textile waste management and recycling infrastructure could be improved for the success of the schemes.

I agree. These schemes and regulations could be beneficial for the Indian fashion industry by promoting sustainable design and production practices, reducing textile waste and landfill disposal, encouraging the development of a circular economy, influencing consumer behavior towards more sustainable consumption, etc.

Successful implementation would require careful consideration of the Indian context, including infrastructure, consumer awareness, and coordination across the supply chain.

6) Several French fashion brands are breaking away from the traditional production model and adopting sustainable practices such as

- Usage of organic materials like cotton, rubber, leather etc
- Upcycling with recycled plastic or old discarded materials
- Zero usage of polyester
- Creating timeless garments
- Introducing second hand collection of their own products
- Producing Made in France products while incorporating traditional artisan techniques
- No investment in brand marketing and providing 100% transparency

In your perspective, could these sustainable fashion trends have a positive influence on the Indian fashion industry ?

4 responses

- No investment in brand marketing and providing 100% transparency

In your perspective, could these sustainable fashion trends have a positive influence on the Indian fashion industry ?

4 responses

India is the one who is more into sustainable market than many other country, India is the 2nd biggest country in the making of cotton fabric. Indian fashion market is using viscos as replacement of other artificial fabrics. As viscose is made of recycled plant and residues. I feel India is doing all the above model.

Absolutely, there's a growing trend among younger fashion brands to adopt sustainable practices, reflecting a shift towards more responsible and eco-conscious fashion choices.

Yes. The sustainable practices adopted by French fashion brands could serve as a model for the Indian fashion industry, encouraging a shift towards more environmentally and socially responsible practices. This could ultimately benefit the Indian consumer, the industry, and the environment.

I agree. The holistic sustainable approach adopted by progressive French fashion houses provides a roadmap that the Indian industry could look to replicate and adapt to its own context. This could create meaningful change towards more environmentally and socially responsible practices.

7) Do you think that cultural ties between France & India could be developed with regards to this sector ?

4 responses

Yes it can since India has biggest manufacturer market of sustainable fabrics.

Certainly, France being recognized as the fashion capital will not only foster growth but also provide significant visibility opportunities for young and upcoming designers

There is potential for cultural ties to be strengthened between the two countries as a result of this trend. The shared interest and investment in sustainable fashion could provide a platform for increased cultural exchange, collaboration, and mutual understanding. There could be increased trade and business partnerships, joint initiatives or programs, cultural events and exhibitions, collaborations between French and Indian artists and media, and increased tourism.

I agree. French luxury brands can partner with Indian weaving collectives or block printing artisans, Indian designers can showcase their sustainable collections at Paris Fashion Week, Educational exchanges could take place between fashion schools in the two countries and joint initiatives regarding sustainable textiles and garment production could be promoted.

8. What would you recommend as strategies for the Indian Sustainable fashion sector to achieve growth?

4 responses

India is already growing market for sustainable fashion but it is still a niche market, Indian government should help in infrastructure so it can reach to mass.

To produce a truly exceptional, sustainable, and timeless product, the investment required surpasses that of creating a new item. This investment includes not only time, labor, and money but also a commitment to ethical practices and environmentally friendly materials. Unfortunately, many people understand the cost involved.

Therefore, it becomes crucial to educate customers about the value behind sustainable products and the stories they tell – stories of craftsmanship, environmental stewardship, and social responsibility.

and why the cost of sustainable fashion is a bit higher

Growth can be achieved in this sector by strengthening sustainable sourcing and production practices, developing effective branding and marketing, and enhancing consumer education and engagement.

Recommended strategies for growth are fostering collaborations and partnerships, enhancing consumer awareness, investing in skilling and capacity building, and leveraging digital technologies.

I give consent to mention my name and other details provided, in the research work.

 Copy

4 responses

