

HEC MONTRÉAL

Vers une consommation vestimentaire décéléré et significative :
Une exploration des pratiques de consommation de la Slow Fashion

par
Alexane Lemaire

Verena Gruber
Emlyon Business School
Directrice de recherche

Sciences de la gestion
(Spécialisation Marketing)

*Mémoire présenté en vue de l'obtention
du grade de maîtrise ès sciences en gestion
(M. Sc.)*

Août, 2024
© Alexane Lemaire, 2024

CERTIFICAT D'APPROBATION ÉTHIQUE

La présente atteste que le projet de recherche décrit ci-dessous a fait l'objet d'une évaluation en matière d'éthique de la recherche avec des êtres humains et qu'il satisfait aux exigences de notre politique en cette matière.

Projet # : 2023-5061

Titre du projet de recherche : LE SLOW FASHION : TENSIONS ET NÉGOCIATIONS DANS LA PRATIQUE

Chercheur principal :

Alexane Lemaire,
HEC Montréal

Directeur/codirecteurs :

Verena Gruber
Professeur - HEC Montréal

Date d'approbation du projet : 22 juin 2022

Date d'entrée en vigueur du certificat : 22 juin 2022

Date d'échéance du certificat : 01 juin 2023



Maurice Lemelin
Président
CER de HEC Montréal

Signé le 2022-07-04 à 10:29

RENOUVELLEMENT DE L'APPROBATION ÉTHIQUE

La présente atteste que le projet de recherche décrit ci-dessous a fait l'objet d'une évaluation en matière d'éthique de la recherche avec des êtres humains et qu'il satisfait aux exigences de notre politique en cette matière.

Projet # : 2023-5061

Titre du projet de recherche : LE SLOW FASHION : TENSIONS ET NÉGOCIATIONS DANS LA PRATIQUE

Chercheur principal :

Alexane Lemaire
HEC Montréal

Cochercheurs :

(donnée introuvable)

Directeur/codirecteurs :

Verena Gruber
Professeure agrégée, Département de marketing, HEC Montréal

Date d'approbation du projet : 22 juin 2022

Date d'entrée en vigueur du certificat : 01 juin 2023

Date d'échéance du certificat : 01 juin 2024



Maurice Lemelin
Président

Résumé

D'ici 2030, il est estimé que l'industrie de la mode atteindra un chiffre d'affaires frôlant le cap des 950 milliards USD (IBIS World, 2024). Cela dit, ces revenus générés par une accélération de la production et de la consommation, l'industrie encourage une culture du jetage ; les consommateurs devenant détachés et insensibles à leurs vêtements, puis les délaissant rapidement sans se les approprier (Juge, Pomiès et Collin-Lachaud, 2022). La mode se posant sur des motivations hédonistes et émotionnelles (Cho, Gupta et Kim, 2015), en sus de participer à la gestion de l'identité (Bly, Gwozdz et Reisch, 2015), il vient à évaluer la potentialité des consommateurs à accomplir une consommation vestimentaire durable. Alors que la littérature scientifique explore les perceptions et attitudes envers l'engagement dans la mode durable (Busalim, Fox et Lynn, 2022), cette étude pose la Slow Fashion, à titre de pratique de consommation, telle qu'une avenue plus florissante pour étudier l'achèvement d'une concrète consommation vestimentaire durable. Centrée sur l'utilisation, au contraire de la mode durable qui s'axe sur l'acquisition (Bly, Gwozdz et Reisch, 2015), la Slow Fashion permet spécialement de rendre compte d'actes de consommation indépendants de l'achat ; ceux-ci étant plus influents pour parvenir à la durabilité dans la mode (Fletcher, 2012 ; Jung et Jin, 2014 ; McLaren et McLauchlan, 2015). Dès lors, à travers la théorie de la pratique, il est démontré que les consommateurs moulent leurs pratiques de consommation vestimentaire à la pratique de la Slow Fashion afin d'exécuter une consommation durable de la mode. Particulièrement, la Slow Fashion s'affiche telle une pratique prônant une temporalité lente où les consommateurs responsables exploitent ses éléments de pratique pour prolonger stratégiquement le temps requis à la consommation vestimentaire. Enfin, par cette meilleure compréhension de la réalisation d'une consommation holistique durable de la mode, cette étude avise les marques responsables de diversifier leur offre de telle sorte qu'elle ne soit pas uniquement centrée sur la vente, mais également sur l'éducation et la réparation des articles de mode.

Mots clés : Slow Fashion ; mode durable ; consommation de la mode ; théorie de la pratique ; temporalité des pratiques

Méthodes de recherche : Entrevues en profondeur

Table des matières

Résumé	v
Table des matières	vii
Liste des tableaux et des figures	x
Remerciements	xii
Chapitre 1 : Introduction	1
Chapitre 2 : Revue de la littérature	8
2.1 La Fast Fashion à titre de modèle d’affaire de la mode occidentale	8
2.2 La mode durable : une belle promesse confrontée à des freins d’adoption	10
2.2.1 Les freins d’acquisition de la mode durable tels que prévalant ses bénéfices perçus	11
2.2.2 Les modèles alternatifs d’acquisition tout autant confrontés à des freins d’adoption	14
2.2.3 Établir et comprendre le consommateur type de la mode durable	15
2.2.3.1 Parfaire le portrait du consommateur de la mode durable par l’analyse de réels acquéreurs consciencieux	16
2.3 La Slow Fashion telle une refonte de l’industrie : où mode rime avec usage	19
2.4 La théorie de la pratique : angle théorique pour étudier les pratiques de consommation	22
2.4.1 La consommation telle que découlant de l’engagement dans des pratiques	23
2.4.2 Fondements et cadre analytique de la théorie de la pratique	24
2.4.2.1 Les pratiques comme coordonnées	26
2.4.2.2 Les pratiques comme performatives	27
2.4.2.3 Les pratiques comme routinières et évolutives	29
2.4.3 Mobiliser la théorie de la pratique pour l’analyse d’activités de consommation variées	31
Chapitre 3 : Méthodologie	35
3.1 La collecte de données par l’entremise d’entrevues en profondeur	35
3.1.1 L’élaboration du guide d’entrevue	36
3.2 Critères de sélection, recrutement des participants et réalisation des entrevues	38
3.3 L’approche analytique	44
Chapitre 4 : Résultats	47
4.1 Redéfinition d’une consommation vestimentaire légitime : la consommation de mode rapide mutant d’une pratique normée à une pratique injustifiable	47
4.1.1 Conscientisation à la matérialité : le vêtement comme indissociable à sa production	48
4.1.2 Consommation décéléré et style : retour aux conceptions prémodernes de la mode	52
4.2 La mobilisation de stratégies d’acquisition vestimentaire consciencieuses : vers une consommation de mode au-delà de l’acte d’achat	56
4.2.1 De l’achat constant à l’achat délibéré d’articles de qualité	56
4.2.2 D’affiner son style personnel à une consommation de mode arrêtée aux besoins	58

4.2.2.1 Le style personnel à titre d'uniforme	58
4.2.3 Le style personnel à titre de boussole pour l'achat de pièces authentiques	60
4.2.4 La complicité des modèles alternatifs dans l'achat de pièces à valeur sentimentale .	63
4.2.5 Création de liens affectifs : la garde-robe telle une collection de pièces inestimables	67
4.3 L'apprentissage de techniques d'usage aux fins d'une consommation vestimentaire holistique : soutenir un port pérenne	70
4.3.1 L'art du stylisme	70
4.3.1.1 La nécessité d'une garde-robe polyvalente.....	71
4.3.1.2 L'usage d'accessoires et d'une pensée créative.....	74
4.3.2 Rituels d'entretien et d'extension de l'utilisation	77
4.3.2.1 Réparation des vêtements et entretien assidu	77
4.3.2.2 Recyclage et entreposage : l'emploi de stratégies créatives pour prolonger le port.....	80
CHAPITRE 5 : Discussion et conclusion	84
5.1 Discussion des résultats	84
5.1.1 La production néfaste et la marchandisation hâtive de l'industrie de la mode telles des moteurs d'engagement à la pratique de la Slow Fashion.....	84
5.1.2 Mettre en œuvre la Slow Fashion par une consommation délibérée et de qualité....	86
5.1.2.1 Déployer une consommation délibérée et de qualité à travers le style personnel et les modèles alternatifs d'acquisition	87
5.1.2.2 Déployer une consommation délibérée et de qualité à travers la collection de pièces singulières	90
5.1.3 Mettre en œuvre la Slow Fashion par une utilisation et un port continu	94
5.1.3.1 Déployer l'utilisation et le port continu à travers l'implantation de pratiques de l'habillement	94
5.1.3.2 Déployer l'utilisation et le port continu à travers l'usage créatif d'une garde-robe cohésive.....	98
5.1.3.3 L'art du stylisme tel que freinant le retour à la consommation	101
5.1.4 Synthèse de la mise en application de la pratique de la Slow Fashion	103
5.2 Contributions théoriques	105
5.2.1 La Slow Fashion telle une pratique intégrative assistée par le style personnel	106
5.2.2 Parvenir à la temporalité décéléré de la pratique de la Slow Fashion par une restructuration de la pratique de la consommation vestimentaire	110
5.3 Implications managériales	113
5.4 Limitations et avenues de recherches futures	115
Bibliographie.....	i

Liste des tableaux et des figures

Tableau 3.1 - Profil détaillé des répondants

Figure 4.1 - La mise en application de la pratique de la Slow Fashion dans les pratiques de consommation vestimentaire.

Figure 5.1 - Le processus d'intégration significative du vêtement « tel qu'indissociable de sa production » dans les pratiques de consommation vestimentaire, schématisé par le circuit de la pratique de Magaudda (2011).

Figure 5.2 - Le processus d'intégration significative du vêtement comme « devant être manipulé » dans les pratiques de consommation vestimentaire, schématisé par le circuit de la pratique de Magaudda (2011).

Remerciements

Tout d'abord, j'aimerais rendre hommage à un projet qui m'a non seulement fait grandir, mais en sus changer ma perspective sur mes valeurs et mes habitudes de consommation vestimentaire. Lorsque je me suis lancée dans ce mémoire, je n'avais pas conscience de l'impact qu'il aurait sur ma personne. D'une part, j'ai dû apprendre à coopérer avec mon perfectionniste, ma minutie et ma peur de ne pas faire assez, des facettes qui, autant que des qualités, m'ont constamment fait remettre en question ma démarche d'une manière quelque peu nocive. Dès lors, j'ai dû m'enseigner à embrasser mon rythme, puis à féliciter mes efforts continus, et, ce, malgré mon engagement dans mille et un projets distincts qui semblaient s'immiscer dans mon processus. Au final, j'ai pris conscience que chacun avait son cheminement et que l'un plus lent n'était pas synonyme de mauvais ; une vision que mon sujet d'étude, la Slow Fashion, m'a notamment transmise. En bref, ce qui importe est d'avancer avec intention afin d'accomplir un travail dont nous serons fiers et chérirons.

D'une autre part, mon mémoire m'a introduit dans un monde qui, au fur et à mesure que l'étude avançait, s'est relevé d'être le mien. Je tiens d'ailleurs à grandement remercier mes participants pour leur témoignage et leur ouverture si naturelle qui, sans le savoir, ont fait de moi une nouvelle adepte de la consommation vestimentaire responsable. Ayant toujours eu comme rêve de travailler dans le milieu de la mode, je rentre sur le marché avec une optique renouvelée de la culture d'entreprise à laquelle je veux prendre part.

Dernièrement, je tiens également à fortement remercier ma directrice de mémoire Verena Gruber qui a accepté à cœur joie de m'épauler pour ce mémoire. J'ai ressenti ton intérêt et ton amour envers mon sujet de recherche, puis je m'estime heureuse d'avoir eu ton soutien à la suite de ton départ des HEC Montréal pour poursuivre ton enseignement outre-mer. Finalement, je tiens à remercier l'appui constant de mes chers parents, de mon copain Léo, de ma meilleure amie Évelyne et de mes précieux amis du secondaire. Vous n'avez cessé de croire en moi, de prendre des nouvelles de mon progrès et de me donner du courage dans les moments de doute, d'abattement et de peine. Cette thèse sut prouver de l'importance d'être bien entouré.

Enfin, que l'immersion dans ce mémoire vous offre une perspective nouvelle sur la consommation vestimentaire et, qui sait, vous fasse repenser à vos propres habitudes de consommation. Bonne lecture !

Chapitre 1 : Introduction

Ce n'est pas un défi que nous pouvons relever en affinant l'offre de l'industrie de la mode telle que nous la connaissons. Ce n'est pas un défi que nous pouvons résoudre en faisant plus de magasinage. C'est un défi qui a des racines différentes. Avec des racines dans les structures sous-jacentes de la façon dont l'industrie de la mode, ses objectifs, ses règles, ses activités sont mis en place dans des itinéraires que nous pouvons choisir de changer. L'utilisation continue, y compris de nos vêtements, est un affront à la culture de consommation, c'est une insulte à la société du jetable. C'est la mode dans un espace où nous choisissons de vouloir ce que nous avons.

(Kate Fletcher, 2018 : de 3 :40 à 4 :10 et de 11 :10 à 11 :27, traduction libre).

En 2024, l'industrie de la mode atteint un chiffre d'affaires d'un peu plus de 850 milliards USD ; un montant estimé de frôler le cap des 950 milliards USD au cours des cinq prochaines années (IBIS World, 2024). Néanmoins, ces revenus substantiels ne s'accompagnent pas sans répercussions environnementales et sociales toutes aussi notables. Notamment, l'industrie de mode génère 10% des émissions mondiales de carbone (IBIS World, 2024), en sus de 20%, possiblement à la hausse, de la pollution industrielle des eaux dans le monde par la teinture et le traitement du textile qu'elle requiert (Fondation Ellen MacArthur, 2017). Au surplus, responsable d'un cinquième (1/5) des 300 millions de tonnes de plastique produites annuellement, ce secteur est jugé de dépasser les 92 millions de tonnes de fibres de polyester d'ici les dix (10) prochaines années (Dottle et Gu, 2022). Considérant que moins de 1% des vêtements sont recyclés en nouveaux (Fondation Ellen MacArthur, 2017), cette augmentation de 47% de la production de textiles de plastique (Dottle et Gu, 2022) est d'autant plus inquiétante.

Cela dit, outre les impacts environnementaux, l'industrie de la mode fonde sa croissance économique sur une production contraire à l'éthique. Or les effets néfastes des substances toxiques sur le milieu environnant et les parties prenantes du domaine textile (Fondation Ellen MacArthur, 2017), un exemple marquant des retombées de sa production insoucieuse et non contrôlée est l'incident de la Rana Plaza où plusieurs marques de renom étaient inconscientes d'y opérer (Nittle, 2018). Générant plus de 1100 morts, l'effondrement de cette usine de confection en 2013 s'expliqua notamment par le manque de fonds de plusieurs propriétaires dont les services maigrement payés par les compagnies occidentales se retrouvèrent dans l'impossibilité d'augmenter les salaires, puis, même, de moderniser leurs installations (Manik et Yardley, 2013).

Poussant à l'extrême ce que la Fondation Ellen MacArthur (2017) décrit comme de *l'esclavage moderne*, le nouveau géant *Shein* repose déplorablement sa production sur une main-d'œuvre très peu chère payée travaillant jusqu'à 18 heures par jour, souvent sept (7) jours par semaine (Seale, 2022). Posée comme la mode sur stéroïde, la marque évaluée à 100 milliards USD en 2022, soit la valeur de *Zara* et *H&M* réunis (Williams, 2022), introduit le modèle de l'Ultra-Fast Fashion par ses 10 000 nouveaux produits par jour ; des chiffres d'autant plus préoccupants alors que 95% de ses vêtements contiennent de nouveaux plastiques (Dottle et Gu, 2022). Considérant que la mode parisienne, au XVIIIe siècle, se renouvelait tous les sept ans (Gronow, 2009), puis, qu'en 2021, *H&M* mettait sur le marché 25 000 nouveaux SKU, *Zara*, 50 000, et *Shein*, 1,5 million, l'industrie de la mode offre aujourd'hui une réalité très contrastée (Dottle et Gu, 2022).

Au niveau de la consommation, ce secteur, générant une quantité astronomique d'articles vestimentaires pouvant même descendre en bas de la barre des dix (10) dollars, encourage une culture du jetage. Spécialement, Farra (2020) explique que *la course vers le bas* a ruiné la perception de valeur des consommateurs, ces derniers ne pouvant pas estimer le prix adéquat pour une pièce vestimentaire. Plus encore, Juge, Pomiès et Collin-Lachaud (2022) énoncent que l'accélération sociale de la production et de la consommation, soit un phénomène de la modernité tardive, engendre une aliénation envers nos vêtements. Plus particulièrement, notre relation avec ceux-ci devenant « sourde, froide et externe, nous y sommes détachés et insensibles, puis tendons à nous en débarrasser rapidement sans nous les approprier » (39-40, traduction libre). Ainsi, tandis que la consommation vestimentaire a doublé de 2005 à 2017, le nombre de ports a, quant à lui, mondialement diminué de 36% pour la même période ; certains des items jetés après moins de dix (10) ports (Fondation Ellen MacArthur, 2017). Au surplus, en 2022, les États-Unis affichaient jeter environ 2 150 vêtements par seconde (Dottle et Gu, 2022). En bref, des statistiques alarmantes, tandis que l'industrie de la mode ne semble pas démontrer la volonté d'incessamment freiner la promotion « de la nouveauté, des changements rapides, de la prolifération de styles et, plus notablement, de l'acquisition massive d'articles de mode » (Thompson et Haytko, 1997 : 16, traduction libre).

Toutefois, le secteur de la mode générant l'introduction d'inquiétudes plus vivement prononcées chez les consommateurs, Dottle et Gu (2022) illustrent que davantage de ces derniers explorent désormais la mode durable telle qu'un substitut pour leur acquisition vestimentaire. De fait, des 10 000 consommateurs Gen Y et Z mondiaux interrogés, 80% d'entre eux exprimaient leur intention de restreindre leurs achats de la mode à des

produits durables. Ainsi, face aux contrecoups indéniablement négatifs de l'industrie de la mode et à la mobilisation d'acteurs clés comme les acquéreurs, une lignée de travaux scientifiques centrés sur le comportement consommateur se pencha sur la mode durable ; aspirant notamment à évaluer la viabilité de celle-ci tel un modèle de consommation en plein essor. Spécialement, puisque médiatisant les tensions entre les besoins d'affiliation et de distinction sociale d'un individu (Bly, Gwozdz et Reisch, 2015 ; Joyner Armstrong et *al.*, 2016a ; Marion et Nairn, 2011 ; Murray, 2002 ; Thompson et Haytko, 1997 ; Zarley Watson et Yan, 2013), la mode, à titre de communication non verbale, se pose comme une représentation visuelle de l'identité, démontrant dès lors son caractère symbolique. Ainsi, tandis que la consommation responsable est négociée dans une *société liquide* où les produits de consommation vestimentaires aux significations culturelles promptement changeantes (Niinimäki, 2010) influent sur la gestion identitaire (voir aussi McCracken, 1986), explorer sa potentialité à travers la mode durable est une question d'intérêt.

D'une part définie comme une production éthique d'empreinte écologique réduite (Henninger, Alevizou et Oates, 2016 ; Niinimäki, 2010), la mode durable promeut en sus la longévité d'utilisation où le cycle de vie d'une pièce se retrouve allongé par son acquisition à travers des modèles alternatifs de consommation vestimentaire (McNeill et Venter, 2019) tels que l'achat d'occasion, la location, l'échange, le don et la propriété collective. Ainsi, de cette proposition naît essentiellement l'objectif théorique d'identifier les perceptions et attitudes des différents acteurs de l'industrie à l'égard de la mode durable (p. ex. Diddi et *al.*, 2019 ; Henninger et *al.*, 2016 ; Niinimäki, 2010 ; Ozdamar Ertekin et Atik, 2015 ; Pookulangara et Shephard, 2013), puis d'établir la volonté d'achat envers ses modèles alternatifs d'acquisition (p. ex. Joyner Armstrong et *al.*, 2016b ; McNeill et Venter, 2019).

Cela étant dit, tandis que la mode durable s'axe sur l'acquisition (Bly et *al.*, 2015), de récentes recherches scientifiques soulignent l'importance de mettre en lumière des actes concrets d'utilisation prolongée après achat (Busalim, Fox et Lynn, 2022) ; un fait d'autant plus accentué par la rapidité à laquelle les vêtements sont jetés. En d'autres termes, l'accomplissement de la durabilité dans la mode reposant sur les comportements d'usage et d'extension de durée de vie des consommateurs (Fletcher, 2012 ; Jung et Jin, 2014 ; McLaren et McLauchlan, 2015), la présente littérature sur la consommation durable de la mode présente une lacune intéressante, soit un registre de connaissances orientées spécialement sur la phase d'achat. Ainsi, considérant que les consommateurs, à travers les phases d'utilisation et de fin d'utilisation, peuvent contribuer à réduire de 21 % les

émissions de carbone (McKinsey & Company et Global Fashion Agenda, 2020), il importe, afin d'outiller la démarche vers la durabilité, de développer des connaissances théoriques sur ces facettes complémentaires de la consommation. D'ailleurs, ce point est à plus forte raison renforcé alors qu'uniquement 11% des vêtements sont fabriqués de matériaux recyclés ou écologiques (IBIS World, 2024) ; le tout contestant dès lors l'efficacité de s'en remettre exclusivement à l'acquisition de la mode durable.

Par conséquent, pour répondre à cette ouverture dans la littérature, la présente étude se penche sur la Slow Fashion qui, par une prédisposition marquée à l'utilisation, invite les consommateurs à éviter et réduire, puis à réutiliser, recycler et récupérer (Diddi et al., 2019 ; Gupta, Gwozdz et Gentry, 2019 ; Lundblad et Davies, 2016 ; Pookulangara et Shephard, 2013). Prenant racine dans le modèle Slow Food fondé en 1986, en Italie, par Carlo Petrini (Fletcher, 2007), la Slow Fashion, ancrée dans la culture du *slow* (Fletcher, 2010), va au-delà de la simple offre de vêtements à la production et à la composition responsables (Jung et Jin, 2016). Spécialement, son approche lente, où les systèmes de production transparents et directionnels favorisent la cognition des actes de fabrication (Clark, 2008), offre l'opportunité d'apprécier les vêtements au-delà de l'expérience de la consommation ; l'acquéreur dès lors mieux disposé à valoriser et à se rapprocher, plutôt que de se distancier, de ses pièces.

En ce sens, afin de dépeindre la manière dont ce modèle de consommation, posé à travers cette étude comme une pratique de consommation, permet l'achèvement d'une consommation durable de la mode indépendante de l'acte d'achat, la recherche explore *comment la Slow Fashion est réellement mise en application dans le quotidien des consommateurs qui l'adoptent*. De façon à aborder cette interrogation, l'étude cherche à illustrer (1) les motifs encourageant la mobilisation de la Slow Fashion à titre de pratique de consommation de la mode et (2) les mécanismes par lesquels s'opère la mise en œuvre de la pratique de la Slow Fashion dans les pratiques de consommation vestimentaire existantes des consommateurs.

Pour répondre à ces questions de recherche, la présente étude mobilise la théorie de la pratique à titre de cadre analytique. Sommairement, approfondissant le *faire* et l'utilisation (Røpke, 2009) en posant la consommation comme un moment de la pratique (Warde, 2005), cet angle théorique examine comment ces dernières, s'organisant autour de fins (Schatzki, 2001), génèrent la performance d'activités quotidiennes à travers une coordination spécifique de significations, d'objets et de comportements (Magaudda, 2011). Ainsi, alors que cette étude se penche sur le *comment*, la théorie de la pratique

rend compte de la manipulation des objets et de la manière dont ils sont valorisés dans les activités de consommation (Warde, 2014).

Schatzki (2012), soit l'un des pionniers de la théorie, mettant l'accent sur la fréquentation et la discussion avec les participants à l'étude pour détailler les pratiques de consommation, une approche qualitative, plus particulièrement l'entrevue en profondeur (McCracken, 1988), fut sélectionnée comme méthodologie de recherche. En bref, onze (11) entrevues furent réalisées auprès de consommateurs négociant l'attrait hédoniste de la mode au travers des actes concrets de consommation vestimentaire durable.

Dès lors, cette recherche démontre que la pratique de la Slow Fashion influe sur les pratiques de consommation de la mode préétablies des consommateurs, jusqu'à y devenir centrale, par un cheminement marqué de (3) trois phases. De fait, les consommateurs viennent à muter leurs pratiques de consommation vestimentaire par (1) la redéfinition d'une consommation vestimentaire légitime, (2) la mobilisation de stratégies d'acquisition vestimentaire consciencieuses, puis (3) l'apprentissage de techniques d'usage en vue d'une consommation de la mode holistique. En bref, chaque étape menant graduellement à la décélération de la consommation de la mode, cette recherche apprend que la Slow Fashion se présente telle une pratique prônant une temporalité lente où les acquéreurs exploitent ses éléments de pratique pour prolonger stratégiquement le temps requis à la consommation vestimentaire.

Enfin, or générer de meilleures connaissances et compréhension des actes d'usage et de maintenance des consommateurs, cette étude fournit en sus des recommandations aux marques durables afin qu'elles restent pertinentes pour leur clientèle en dehors de la phase d'achat. Spécialement, celles-ci sont avisées de diversifier leur offre de telle sorte qu'elle ne soit pas uniquement centrée sur la vente, mais également sur l'éducation et la réparation.

Dès lors, cette recherche prend la forme suivante. Tout d'abord, le chapitre 2, soit la revue de la littérature, effectue un recensement des travaux scientifiques s'attardant à la mode durable, à la Slow Fashion, puis à la théorie de la pratique pour en dégager les conclusions importantes et bâtir le cadre analytique de l'étude. Par la suite, le chapitre 3 précise la méthodologie employée pour répondre à la question de recherche et ses sous-questions. Subséquemment, le chapitre 4 détaille les résultats, puis le chapitre 5 discute de comment ils rendent compte du phénomène à l'étude. Ce dernier chapitre illustre en

outre les contributions théoriques, les implications managériales ainsi que les limites et avenues de recherches futures de la présente étude.

Chapitre 2 : Revue de la littérature

La présente recherche aborde la manière dont les répercussions environnementales et sociales grandissantes du modèle dominant de la Fast Fashion incitent à une refonte des pratiques de production et de consommation vestimentaires. À cet égard, la mode durable ainsi que le modèle de consommation émergent Slow Fashion se présentent tels que des alternatives afin de remédier aux torts de l'industrie de la mode. Dès lors, ce chapitre vise à fournir une compréhension détaillée des fondements, des valeurs et des motivations entourant ces (3) trois modèles de consommation vestimentaire, puis à illustrer les facteurs provoquant la transition entre ces derniers. La consommation de la mode s'achevant sur les principes de la Slow Fashion, celle-ci requérant des comportements au-delà de l'acquisition, cette revue de la littérature sollicite, par la suite, la théorie de la pratique à titre de lentille théorique pour approfondir la phase d'utilisation ; une avenue encore peu explorée académiquement. Ainsi, par l'emploi de cet angle, cette étude posera la Slow Fashion à titre de pratique de consommation. Enfin, la validité de cette théorie pour rendre compte des activités de consommation ancrées dans la durabilité ayant été établie par plusieurs études de consommation, ce chapitre se conclut sur les fondements ainsi que les composantes de la théorie de la pratique en vue de la formation d'un cadre analytique.

2.1 La Fast Fashion à titre de modèle d'affaire de la mode occidentale

D'emblée, Faurchou (1987 : 68, traduction libre) explique que : « la parure du corps a rarement été une question de stricte nécessité matérielle ou fonctionnelle ». Notamment, Thompson et Haytko (1997, voir aussi Marion et Nairn, 2011 ; Murray, 2002) illustrent que les consommateurs forgent leur identité sur la base d'une affiliation et d'une dissociation aux maintes significations sociales et considérations esthétiques (Ozdamar Ertekin et Atik, 2015) véhiculées à travers les discours de la mode. Les articles vestimentaires dépeignant dès lors l'identité individuelle et sociale, Faurchou (1987) contraste toutefois la nature de la mode pré et postmoderne, la dernière asseyant trompeusement la représentation du *soi* sur la poursuite d'idéaux esthétiques en constante évolution.

Ainsi, tandis que la mode prémoderne, fondée sur l'idéologie des besoins, révélait le vêtement tel un média soutenant les beautés incarnées, la mode occidentale, animée par la création perpétuelle de désirs, renverse l'idée du modèle pour le mannequin en vue de promouvoir l'atteinte d'une beauté fétichisée. Divergeant des « définitions antérieures

du terme “mode” liées à la fabrication - de vêtements et d’identités » (Clark, 2008 : 444, traduction libre), la mode contemporaine s’érige sur l’apparence, une qu’elle se tâche de renouveler. De telle manière, décrite comme contraignante et normative, puis éphémère et arbitraire, Gronow (2009) pose que la mode ne réinvente ses *incontournables* par motif de plus-value fonctionnelle, mais simplement que par volonté d’offrir de la nouveauté. En ce sens, Faurschou (1987 : 82, traduction libre) affirme :

La mode [occidentale] est la logique de l’obsolescence programmée - non seulement la nécessité de la survie du marché, mais le cycle du désir lui-même, le processus sans fin par lequel le corps décode et recode, afin de définir et d’habiter les nouveaux espaces territoriaux d’expansion du capital.

S’implantant sur cette logique d’obsolescence, l’industrie de la Fast Fashion base son modèle d’affaires sur la nouveauté, les changements rapides et la prolifération des styles (Gupta et *al.*, 2019 ; Thompson et Haytko, 1997), exploitant dès lors l’identité, les émotions et les aspirations des consommateurs comme moteurs d’achats (Diddi et *al.*, 2019). Notamment, par sa production « *just-in-time* » (Pookulangara et Shephard, 2013) établie sur des matériaux et une main-d’œuvre à faible coût (Fletcher, 2010), ce modèle convertit les tendances des podiums en produits de masse consommables dans un délai aussi court que deux semaines (Fletcher, 2007 ; Morgan et Birtwistle, 2009). Aspirant ainsi à poser le bien-être telle une acquisition matérielle croissante (Ozdamar Ertekin et Atik, 2015), Fletcher (2012) explique qu’« aucune autre industrie n’a su mieux maîtriser le cycle invention-acceptation-insatisfaction-invention que la mode » (p.225, traduction libre). Conséquemment, cette dernière stipule que nous rachetons des vêtements pour rendre visible notre identité individuelle et sociale dans des lieux et moments particuliers, qui, sous l’emprise de la mode, sont en constante évolution. De telle manière, ce qui est défini comme de la *nouveauté artificielle* (Gupta et *al.*, 2019) engendre un « état d’insatisfaction perpétuel à l’égard de son mode de vie actuel et de son apparence physique » (Thompson et Haytko, 1997 : 16, traduction libre, voir aussi Bly et *al.*, 2015).

Tout cela considéré, en servant des priorités de croissance économique (Fletcher, 2010), le modèle d’affaire de la Fast Fashion fixe le vêtement à titre de commodité jetable (Bly et *al.*, 2015 ; Diddi et *al.*, 2019 ; Pookulangara et Shephard, 2013), normalisant dès lors une consommation et une disposition rapide. À cet égard, McLaren et McLauchlan (2015) avancent la facilité d’acquisition ainsi que la confection et les matériaux de piètre qualité de ces produits bon marché comme nuisant à la propension d’entreprendre leur réparation. Par conséquent, la basse qualité et les prix réduits, juxtaposés aux tendances

constamment renouvelées incitant à des achats d'une seule occasion, altèrent la valeur accordée aux vêtements, augmentent leur fréquence d'acquisition et favorisent la rapidité de leur abandon (Birtwistle et Moore, 2007). Ce modèle légitimant les sacrifices sociaux et environnementaux, Clark (2008 : 428, traduction libre) pose la prolifération des tissus synthétiques et l'exploitation des travailleurs comme « à la fois les produits et les victimes de l'industrie de la mode ». Soulignant l'invariabilité de la durée et des ressources requises pour la fabrication textile, Fletcher (2007) appuie les styles de la Fast Fashion portés moins de 10 fois (Morgan et Birtwistle, 2009) et la montée des dons vestimentaires (Birtwistle et Moore, 2007) tels que des répercussions inquiétantes.

Néanmoins, les conclusions des études de Birtwistle et Moore (2007) ainsi que de Morgan et Birtwistle (2009) suggèrent la levée d'une remise en cause de la réelle contribution et valeur d'une possession vestimentaire excessive stimulant l'élimination prématurée des articles de la garde-robe. Cette prémisse accusant l'initiation d'efforts pour remédier aux préjudices sociaux et environnementaux de la Fast Fashion, l'industrie, puis la littérature scientifique, évoquent notamment la mode durable telle une avenue pour une production respectueuse d'articles vestimentaires consciencieux. Afin d'explorer plus en profondeur l'émergence de la mode durable, la section qui suit définit, au préalable, ce nouveau modèle, puis synthétisera exhaustivement ses connaissances théoriques actuelles. En définitive, par son souci marqué pour les comportements consommateurs, cette section conclut le modèle de consommation de la Slow Fashion telle une piste plus adéquate pour articuler une consommation vestimentaire véritablement durable.

2.2 La mode durable : une belle promesse confrontée à des freins d'adoption

Englobant les termes « *éthique* » et « *écoresponsable* », la mode durable prescrit une manipulation de textiles respectueux de l'environnement, tels que des matières recyclées ou écolabellisées (Niinimäki, 2010), puis une production s'appuyant sur des conditions de travail justes et sécuritaires ainsi que des salaires équitables (Henninger et al., 2016). De telle manière, ce modèle promeut la durabilité par l'entremise d'articles vestimentaires conçus pour une longévité d'utilisation à travers une production éthique réduisant également l'empreinte écologique. De surcroît, la mode durable renvoie à des modèles alternatifs de consommation vestimentaire (McNeill et Venter, 2019) tels que l'achat d'occasion, la location, l'échange, le don et la propriété collective, qui, puisque prolongeant l'utilisation, s'inscrivent dans ses principes de durabilité.

Cela dit, devant l'intérêt social grandissant pour la mode durable, la vaste majorité des articles portant sur le comportement consommateur aspirèrent à évaluer la viabilité de cette dernière comme un modèle de consommation en plein essor. En effet, comme le corrobore Busalim et *al.* (2022), les perceptions et attitudes des différents acteurs de l'industrie à l'égard de la mode durable (p. ex. Diddi et *al.*, 2019 ; Henninger et *al.*, 2016 ; Niinimäki, 2010 ; Ozdamar Ertekin et Atik, 2015 ; Pookulangara et Shephard, 2013) et la volonté d'achat envers ses modèles alternatifs de consommation (p. ex. Joyner Armstrong et *al.*, 2016b ; McNeill et Venter, 2019) obtiennent le plus grand intérêt de recherche. D'ailleurs, l'identification et la compréhension des consommateurs potentiels de la mode durable (p. ex. Bly et *al.*, 2015 ; Jung et Jin, 2016 ; Lundblad et Davies, 2016 ; McNeill et Moore, 2015 ; Niinimäki, 2010 ; Zarley Watson et Yan, 2013) s'ajoutent à cette vaine.

Somme toute, la présente section résume l'effort théorique de cet ensemble de littérature comme répondant à trois points principaux, soit (1) les facteurs motivant l'achat de mode durable, (2) les freins à son acquisition, puis, à partir de ce bilan, (3) le consommateur cible pour ce marché. Par conséquent, ces trois points seront abordés en détail dans les segments suivants.

2.2.1 Les freins d'acquisition de la mode durable tels que prévalant ses bénéfices perçus
Examinant, tout d'abord, la mode durable comme communément entendue telle que des articles de production responsable, ce segment explore comment les bénéfices perçus de ce modèle se heurtent continuellement à de multiples freins d'acquisition. D'entrée de jeu, les consommateurs appuient que la mode durable offre la possibilité *d'acheter mieux pour moins* due à des prix plus élevés s'accompagnant d'une qualité et durabilité supérieure (Diddi et *al.*, 2019). À cet avantage s'ajoute comme motivation le désir de se sentir mieux avec soi-même à travers le respect de la main-d'œuvre et le souci de prendre soin de l'environnement. Cependant, bien que les consommateurs perçoivent la valeur ajoutée à long terme de la mode durable, ces derniers ne sont pas nécessairement plus enclins à s'en procurer ni à s'engager dans la réduction de leur consommation. Particulièrement, les consommateurs décrivent la diminution de la consommation vestimentaire comme s'accompagnant d'un ennui (Diddi et *al.*, 2019). Par ailleurs, ils mentionnent la réticence de perdre une telle gratification immédiate (Diddi et *al.*, 2019), puis l'hédonisme (McNeill et Venter, 2019) ainsi que l'effet thérapeutique (Joyner Armstrong et *al.*, 2016a) associés au magasinage.

À cet égard, il est intéressant de prendre à témoin le bilan de l'apprentissage expérimental mis en place par Joyner Armstrong et *al.* (2016a), soit une abstinence de magasinage d'une durée de 10 semaines (*Fashion Detox*) où les participants étaient invités à identifier et à commenter les tentations et les sentiments auxquels ils furent confrontés. Ainsi, conformes aux conclusions précédentes, les étudiants qui prirent part à cette abstinence éprouvèrent, au fil des semaines, une frustration et un ennui grandissant envers leur garde-robe actuelle sans compter la jalousie ressentie à l'égard de la liberté d'acquisition de leur entourage. Notamment, la contrainte de ne devoir que reporter ses vêtements ainsi que l'impossibilité de suivre les tendances au même rythme que leur cercle social entraînaient une anxiété face à leur apparence personnelle. Somme toute, déclarant que l'abstinence augmenta leur besoin de nouveauté, certains préparèrent leur retour à la consommation, planifiant déjà l'achat d'articles auxquels ils ne purent céder à la tentation.

Parallèlement, alors que *consommer moins, mais mieux* au profit de la qualité est entravé par les motivations émotionnelles de la consommation vestimentaire (voir aussi Ozdamar Ertekin et Atik, 2015), les prix supérieurs et hors budget des styles durables s'imposent comme un frein supplémentaire à ce type de consommation (Diddi et *al.*, 2019 ; McNeill et Moore, 2015 ; Niinimäki, 2010 ; Ozdamar Ertekin et Atik, 2015 ; Pookulangara et Shephard, 2013). À ce sujet, Henninger et *al.* (2016) renchérissent en expliquant que bien que les prix plus élevés soient motivés par l'utilisation de matériaux responsables et la conception unique et artisanale, les consommateurs ne perçoivent pas la mode durable comme une alternative, mais plutôt une option haut de gamme exclusive ne pouvant se modeler à leurs restrictions monétaires quotidiennes.

À ce lot de barrières s'ajoute à plus forte raison la vision démodée (Diddi et *al.*, 2019 ; Lundblad et Davies, 2016 ; McNeill et Moore, 2015 ; Niinimäki, 2010 ; Ozdamar Ertekin et Atik, 2015) des articles de la mode durable au détriment des détaillants qui la qualifient comme avant-gardiste et versatile (Henninger et *al.*, 2016). Ainsi, l'aspect écoresponsable des styles durables n'agissant qu'en tant que dernier levier d'achat ; cette notion n'est seulement considérée comme une plus-value que lorsque le vêtement est avant tout attrayant en termes de style, de couleur, de coupe et de qualité (Niinimäki, 2010 ; Ozdamar Ertekin et Atik, 2015). Par conséquent, les prix élevés de la mode durable, juxtaposés à son attractivité ambiguë, encouragent les consommateurs à la percevoir comme inaccessible ; un jugement d'autant plus renforcé par le sentiment de ne pas être assez outillé pour faire les bons choix (McNeill et Moore, 2015 ; Pookulangara et

Shephard, 2013).

En effet, la littérature rapporte un manque de connaissances envers la disponibilité des marques durables alors que certains acquéreurs ne savent nettement discerner les significations des badges de durabilité (Ozdamar Ertekin et Atik, 2015). Plus préoccupant encore, on rapporte une maigre volonté à apprendre comment décoder, ou simplement trouver, cette information (Diddi et *al.*, 2019). Pour rajouter à ces difficultés, les présentes études nous informent également que les consommateurs ressentent du scepticisme à l'égard des actions vertes des entreprises (McNeill et Moore, 2015), ces derniers mettant en doute la traçabilité de la chaîne de production et percevant les revendications environnementales comme de l'écoblanchiment en vue d'opportunités commerciales (voir Bly et *al.*, 2015 ; Diddi et *al.*, 2019 ; Henninger et *al.*, 2016 ; Ozdamar Ertekin et Atik, 2015).

En définitive, l'incapacité de la mode durable à répondre aux besoins esthétiques des consommateurs ainsi que le manque de transparence et d'éducation s'imposent comme deux aspects faisant obstacle à son adoption. Au surplus, l'accès facilité à une abondance de styles à la mode grâce à la Fast Fashion et le sentiment de maximiser l'utilité de ses achats en ayant *plus pour moins* (voir McNeill et Moore, 2015 ; Zarley Watson et Yan, 2013) contraignent pareillement l'acquisition de styles respectueux de la main-d'œuvre et de l'environnement. Sur ce dernier point, le manque de mobilisation environnementale et sociale des consommateurs face à leur consommation vestimentaire s'explique avant tout par la distanciation que ceux-ci ont avec les répercussions de leur surconsommation (Bly et *al.*, 2015 ; Diddi et *al.*, 2019 ; Ozdamar Ertekin et Atik, 2015). À titre d'exemple, les acquéreurs de la Fast Fashion étudiés par Diddi et *al.* (2019) *équilibrent* les conséquences de leurs achats excessifs et en justifient de nouveaux en redonnant leurs articles non désirés à titre de dons. Ainsi, les conséquences de leurs fréquence et type d'acquisitions ne pouvant être clairement vues ou ressenties dans leur réalité, elles ne se manifestent pas telles qu'une préoccupation assez importante pour les consommateurs et, du même fait, les limitent à voir leurs actes comme ayant un impact sur la durabilité (voir aussi McNeill et Moore, 2015). Cela dit, cette portion ayant énuméré les multiples barrières à l'engagement envers la mode durable, la présente littérature démontre que ses modèles alternatifs de consommation ne font pas exception. Poursuivant la même formule de synthèse, le segment suivant contraste les facteurs encourageant l'adhésion aux modèles alternatifs de la mode durable à leurs freins d'adoption.

2.2.2 Les modèles alternatifs d'acquisition tout autant confrontés à des freins d'adoption

D'emblée, certains consommateurs de la Fast Fashion ressentent une insatisfaction envers l'homogénéisation des styles offerts (McNeill et Venter, 2019 ; Ozdamar Ertekin et Atik, 2015) et, pour reprendre les mots de Jung et Jin (2014 : 517, traduction libre), s'estiment « pauvres au milieu de l'abondance ». Cependant, bien que l'achat de seconde main se présente, selon ces derniers, comme un moyen de se procurer des morceaux uniques et rares (Diddi et *al.*, 2019 ; McNeill et Moore, 2015) permettant de se démarquer ainsi que de promouvoir son identité de mode (McNeill et Venter, 2019), cette option ne fait pas l'unanimité de tous. En effet, en plus d'avoir une vision péjorative de la salubrité des friperies (McNeill et Moore, 2015) et d'éprouver un certain embarras face à l'acquisition dans ce type d'endroit (Diddi et *al.*, 2019), les consommateurs déplorent la basse probabilité de trouver des vêtements en vogue et mettent en doute la valeur pour leur argent alors que les styles neufs de la Fast Fashion possèdent des prix égaux ou inférieurs à ceux de la seconde main. Ainsi, ce modèle alternatif de consommation établi tel que moins stimulant, les consommateurs valorisent plus fortement le don de vêtements provenant de la famille ou des amis alors qu'ils y accordent une valeur émotionnelle (voir aussi Pookulangara et Shephard, 2013).

Sur un autre ordre d'idées, lorsqu'il est question de l'échange ou de la location de vêtements, la volonté d'engagement des consommateurs n'offre pas de meilleures conclusions. En effet, à l'égard de l'échange de vêtements, alors que les consommateurs y perçoivent un moyen de disposer de styles non portés toujours en bon état (Joyner Armstrong et *al.*, 2016b), ces derniers craignent une transaction non réciproque où la valeur de ce qui sera donné n'équivaudra pas nécessairement à ce avec quoi ils repartiront (voir aussi McNeill et Venter, 2019). Ainsi, en plus de la planification et du temps requis pour la participation à un tel échange qui se dressent comme freins à l'engagement, les incertitudes face à l'hygiène, la qualité, l'état des vêtements ainsi que la variété des tailles et des styles présents nuisent à l'hédonisme de ce modèle alternatif de consommation. D'ailleurs, Joyner Armstrong et *al.* (2016b) retrouvent les mêmes préoccupations lorsqu'il est question de la location de vêtements.

Ainsi, bien qu'il soit possible d'établir un consensus autour de la plus-value de la location, à titre de modèle alternatif d'acquisition, pour une pièce d'une seule occasion (voir aussi McNeill et Venter, 2019), les consommateurs s'interrogent de la viabilité d'un tel système pour les vêtements de tous les jours. En effet, alors que les consommateurs

accordent que la location permet l'ajustement de son identité vestimentaire à travers l'essai de styles hors de sa zone de confort, réduisant ainsi les risques monétaires et la surconsommation, l'impossibilité de posséder le vêtement occasionne la perception d'un investissement négatif. En d'autres mots, les consommateurs s'interrogent sur la valeur coût-bénéfice de la location de vêtements alors que l'argent déboursé n'entraînera pas en la détention de ceux-ci (McNeill et Venter, 2019).

Finalement, lorsqu'il est question de prolonger la durée de vie de vêtements déjà en possession par le recours à des services de réparation, les consommateurs rapportent appréhender le résultat esthétique final et ne voir son utilité en termes de temps et d'argent alors que de la nouveauté à bas prix est facilement accessible (Diddi et *al.*, 2019 ; voir aussi Clark, Hazel, 2008).

En somme, sur la base de ces conclusions, la littérature actuelle nous offre un constat indéniable à l'égard de la mode durable : il existe un écart important entre les attitudes et les réels comportements d'achat des consommateurs (voir Busalim et *al.*, 2022 ; Diddi et *al.*, 2019 ; Joyner Armstrong et *al.* (2016b) ; McNeill et Moore, 2015 ; McNeill et Venter, 2019 ; Niinimäki, 2010 ; Ozdamar Ertekin et Atik, 2015 ; Pookulangara et Shephard, 2013). En effet, comme le mentionne McNeill et Moore (2015), il y a un évitement du sacrifice personnel alors que l'engagement et la volonté d'acheter des vêtements de façon responsable se heurtent à l'effort qu'il sera demandé et la gratification qui sera perdue pour réaliser un tel changement dans la consommation (voir aussi Niinimäki, 2010). Ceci est d'autant plus vrai pour les modèles alternatifs de consommation où l'intention de rester à la mode, le besoin de satisfaire son désir de changement et l'expérience esthétique avec les vêtements surpassent la durabilité elle-même comme facteur de motivation (Joyner Armstrong et *al.*, 2016b ; McNeill et Venter, 2019). Ainsi, devant ce bilan traduisant de faibles volontés d'adhésion et d'acquisition, une lignée de travaux académiques aspira à établir et approfondir les connaissances autour du consommateur type de la mode durable ; une industrie tout de même réellement consommée par certains. En ce sens, alors qu'il importe de caractériser ses acquéreurs, la section suivante, sur la base des études existantes, dresse leur profil par l'entremise des valeurs, des motivations et des méthodes d'acquisition qui imprègnent leur consommation vestimentaire.

2.2.3 Établir et comprendre le consommateur type de la mode durable

De prime abord, McNeill et Moore (2015), par leur synthèse des attitudes, envers l'achat

de mode durable, de consommateurs aux dépenses vestimentaires mensuelles variables, posent son consommateur potentiel comme l'un modérant ses acquisitions en fonction de ses valeurs environnementales et sociales. Notamment, ce dernier aurait détrôné le *soi*, l'approbation sociale et le bénéfice personnel du centre de sa consommation. Dépeint comme conventionnel, celui-ci changerait rarement sa garde-robe (voir aussi McNeill et Venter, 2019), privilégiant la qualité, les coupes classiques et les confections de techniques traditionnelles (Jung et Jin, 2016). Ainsi, le consommateur de mode durable serait orienté vers le sacrifice (McNeill et Moore, 2015) et le dépassement de soi (Jung et Jin, 2016), accordant alors peu de valeur à l'esthétisme (Niinimäki, 2010) et définissant le vêtement comme purement fonctionnel.

Alors que cette déduction se présente telle une première tentative afin d'établir les valeurs et les comportements d'acquisition des consommateurs de la mode durable, cette proposition affiche une lacune notable, puisqu'elle s'appuie sur un regroupement de travaux ne s'étant pas penchés sur de réels acquéreurs de mode durable. En fait, à l'exception des articles de Bly et *al.* (2015), de Lundblad et Davies (2016) ainsi que de Zarley Watson et Yan (2013), la présente littérature s'attarde essentiellement à des consommateurs généraux qui ne se sont majoritairement jamais engagés dans les pratiques de consommation de la mode durable. Appuyant ce point, McNeill et Venter (2019) interrogent de jeunes femmes se définissant comme des surconsommatrices et Pookulangara et Shephard (2013) ainsi que Henninger et *al.* (2016) admettent que leurs participants n'ont jamais même vérifié le prix d'articles de la mode durable.

Ainsi donc, en vue d'une compréhension plus juste de cette consommation, le segment suivant poursuit l'examen de son consommateur type en fonction des conclusions des articles de Bly et *al.* (2015), de Lundblad et Davies (2016) ainsi que de Zarley Watson et Yan (2013). Plus particulièrement, en explorant l'influence des valeurs, des facteurs motivationnels et contextuels (Bly et *al.*, 2015 ; Lundblad et Davies, 2016), de même que le parcours d'achat (Zarley Watson et Yan, 2013) de consommateurs conscients aux pratiques d'acquisition durables, ces articles se dressent comme rares études permettant d'affiner les connaissances autour de ce phénomène en plein essor.

2.2.3.1 Parfaire le portrait du consommateur de la mode durable par l'analyse de réels acquéreurs consciencieux

D'entrée de jeu, lorsqu'il est question de la volonté d'engagement envers la mode durable,

passer de réels consommateurs de ce modèle sous la loupe met en lumière plusieurs contradictions dans la mesure où ses barrières préétablies ne se manifestent pas comme des obstacles véridiques pour ces acheteurs réfléchis. Plus spécifiquement, par son niveau d'intérêt élevé, le consommateur consciencieux prend plaisir à s'engager dans des recherches méthodiques (Bly et *al.*, 2015), puisque la quête de styles correspondant à ses critères en termes de production environnementale et sociale lui engendre un sens d'accomplissement (Lundblad et Davies, 2016). Ainsi, démontrant que la demande en ressources monétaires et temporelles est quelque peu subjective et liée aux valeurs, puis aux priorités des acheteurs (Bly et *al.*, 2015), cette division d'acquéreurs illustre que les freins traditionnels à la consommation de mode durable représentent plutôt des leviers d'actions. Dès lors, à travers ces études, un constat plus véridique des valeurs, des motivations, puis des méthodes d'acquisition des consommateurs de la mode durable s'articule.

À première vue, le motif d'achat divergent des consommateurs de la mode durable s'impose tel un contraste important dans la littérature, puisque ces derniers voient à une satisfaction continue à l'égard de leurs vêtements et, par conséquent, à une cessation du regret d'achat (Zarley Watson et Yan, 2013). Ainsi, dans l'optique de ces règles d'or, ceux-ci ne perçoivent pas la diminution de leurs acquisitions vestimentaires comme un ennui, mais telle que permettant de se libérer de la pression de consommer (Bly et *al.*, 2015 ; Lundblad et Davies, 2016). Sur ce point, alors que le système de la mode actuelle, par sa course aux tendances, rime avec pressions concurrentielles et sociales de consommer pour les acheteurs réfléchis, ces derniers établissent leur consommation de mode sur la poursuite de leur style personnel. Ainsi, comme le résume Bly et *al.* (2015 : 132, traduction libre), « le style personnel sert à la fois de stratégie et de résultat souhaité de la consommation durable » (voir aussi Cho, Gupta et Kim, 2015 ; Gupta et *al.*, 2019). En ce sens, les acquéreurs, par leur affranchissement de l'homogénéité du marché, défient les normes de la consommation vestimentaire moderne et s'approprient la mode durable afin d'exprimer leur individualité et de refléter leurs opinions, leurs valeurs ainsi que leur personnalité (Lundblad et Davies, 2016).

Souhaitant dès lors se vêtir de vêtements qui les représentent, les acheteurs de la mode durable transposent l'hédonisme autrefois associé à la gratification immédiate sur la collecte réfléchie de styles intemporels et versatiles se mariant à leur penderie actuelle (Zarley Watson et Yan, 2013). La quête de ce vêtement étiqueté comme *de meilleure utilité* vient d'ailleurs sans peur de la qualité plus chère payée, puisque celle-ci est estimée

à titre d'investissement positif. À cet égard, Zarley Watson et Yan (2013) expliquent qu'en définissant le vêtement comme un *art*, le consommateur consciencieux vient à valoriser une confection faite avec considération, accordant par conséquent une grande importance à la propriété intellectuelle des designers et à l'achat chez des producteurs artisanaux (Bly et *al.*, 2015). Démantelant ainsi la pensée courante, le coût et le temps de recherche associés à la trouvaille de pièces qui les rejoignent émotionnellement n'engendrent pas un embarras pour les acheteurs consciencieux, alors que, comme le mettent en évidence Lundblad et Davies (2016) :

Le choix restreint de matériaux naturels, les prix élevés, le manque de disponibilité, l'éducation sur des sujets de justice environnementale ou sociale et les gammes de produits limitées deviennent des avantages produits perçus de conceptions plus saines, plus durables et uniques ainsi que de qualité supérieure des textiles. À ceci s'ajoutent des avantages psychologiques d'accomplissement, d'individualité, de bien-être et d'amélioration de l'estime de soi. (159, traduction libre)

Ainsi, sur la base de ces faits, il est inexact de définir le consommateur de la mode durable comme l'un qui fonde son acquisition vestimentaire sur le sacrifice personnel et une vision strictement fonctionnelle de l'accoutrement. Mis notamment en lumière par les études de Bly et *al.* (2015) et de Lundblad et Davies (2016), cet acheteur construit, certes, sa consommation de mode autour de valeurs altruistes et environnementales, cependant les avantages psychologiques perçus font des valeurs égoïstes un élément prépondérant dans l'acquisition durable. En définitive, l'épanouissement personnel et le renforcement du *soi* marqués par le retrait de la mode traditionnelle (Bly et *al.*, 2015) font de la mode durable une solution à l'état d'insatisfaction perpétuel engendré par la Fast Fashion et la société de consommation.

Jusqu'à présent, la revue de la littérature permet de révéler les perceptions, les motivations ainsi que les freins face à l'adoption de la mode durable de consommateurs généraux s'étant peu ou jamais engagés dans l'un de ses types d'acquisition. Illustrant ainsi l'écart entre les attitudes et les réels comportements d'achat, la revue démontre toutefois comment ce bilan, traduisant une faible volonté d'engagement, affiche des conclusions opposées aux valeurs, aux motivations et aux comportements de véritables acquéreurs de la mode durable. Comme avancé, les freins traditionnels à la consommation de la mode durable représentent plutôt des leviers d'actions pour ces consommateurs. Notamment, en plus d'être en cohésion avec leurs valeurs sociales et environnementales, cette mode entraîne des avantages psychologiques tels qu'un sentiment d'accomplissement, puis un

renforcement du *soi* promu par un style personnel s'épanouissant en dehors de l'homogénéité du marché.

Cela dit, en plus d'un éventail limité de travaux se concentrant sur des acquéreurs ancrant essentiellement leur consommation vestimentaire dans la mode durable, cette revue de la littérature identifie une lacune intéressante, soit un registre de connaissances orientées spécialement sur la phase d'achat. Ainsi, tandis que la mode durable est « une façon d'acheter des vêtements, non d'en prendre soin » (Bly et *al.* 2015 : 132, traduction libre), de récentes recherches soulignent l'importance de se concentrer, certes, sur « ce qui est consommé, mais aussi sur la manière dont les produits de mode sont consommés » (Busalim et *al.*, 2022 : 1805, traduction libre). Pareillement, Lundblad et Davies (2016) avancent que les définitions autour de la mode durable ne se rapportent qu'au vêtement, délaissant l'utilisation, soit un aspect indispensable. À cet égard, Jung et Jin (2014) et McLaren et McLauchlan (2015) posent prolonger la durée de vie et l'utilisation d'une pièce comme des points critiques de la consommation durable de la mode, puisque de telles actions sont prépondérantes pour réduire les répercussions de l'industrie. Au surplus, Fletcher (2012) stipule que la durabilité dans la mode est limitée par les habitudes de consommation et les comportements des utilisateurs. Par ailleurs, son projet « *Local Widsom* », explorant l'entretien, la fixation ainsi que l'utilisation des vêtements, et non spécialement la durabilité de ceux-ci, a su prouver qu'à travers des actes tels que « *a life of action* » et « *wear to wear out* », les consommateurs ont contribué à la longévité de leurs vêtements et, ce, en dehors de la planification de la conception originale ou de la qualité de leurs matériaux.

Sous ces prémisses, la section suivante avance que de se concentrer sur la Slow Fashion en tant que modèle de consommation, plutôt que strictement sur la mode durable, permet de s'attaquer à cette lacune et cette ouverture dans la littérature. Au-delà de la simple offre de vêtements à la production et à la composition responsables (Jung et Jin, 2016), la Slow Fashion constitue un processus co-créé entre les producteurs et les consommateurs impliquant une responsabilité des deux parties (Lundblad et Davies, 2016). Somme toute, de manière à poser ce modèle tel qu'une avenue adéquate pour répondre au gap théorique actuel, la portion ci-dessous recense ses fondements.

2.3 La Slow Fashion telle une refonte de l'industrie : où mode rime avec usage

Perçue comme un idéal philosophique (Henninger et *al.*, 2016), la Slow Fashion se veut « une invitation à réfléchir [...] et à s'interroger sur le rôle de la croissance économique,

des valeurs sous-jacentes et des visions du monde de la mode afin qu'une société différente et vraiment "plus riche" se développe » (Fletcher, 2010 : 264, traduction libre). Kate Fletcher (2007), pionnière du modèle de consommation et dont le travail a façonné le domaine de la mode et de la durabilité, stipule que la Slow Fashion ne doit pas être vue en dualisme avec la Fast Fashion. En effet, au même titre que la Fast Fashion « n'est pas une question de vitesse, mais de cupidité » (1, traduction libre), cette dernière explique que la Slow Fashion n'est pas une question de lenteur, mais de qualité plutôt que de quantité qui, conséquemment, offre des composantes temporelles. Ainsi, il est faux de traduire la Slow Fashion tel un *oxymore* (Henninger et al., 2016), puisque reposant sur des logiques et des valeurs commerciales divergentes, elle ne peut point se conformer à des motivations de croissance économique (Fletcher, 2010, voir aussi Machado et al., 2019). En d'autres termes, l'objectif principal n'est pas de *ralentir* la production (voir aussi Pookulangara et Shephard, 2013), mais de repositionner et démocratiser la mode, puis d'offrir plus de contrôle aux parties prenantes.

Renvoyant à la nature distincte de la Slow Fashion, Clark (2008 : 429, traduction libre) explique « l'approche lente telle qu'offrant le temps de produire, d'apprécier et de cultiver la qualité ». Reprenant les trois lignes de réflexion présentées au symposium *Slow + Design Manifesto* à Milan en 2006, Clark (2008) énonce la Slow Fashion comme (1) une approche locale fondée sur (2) des systèmes de production transparents engendrant (3) des produits sensoriels et durables. Le premier pilier, en plus d'être une « alternative à la standardisation et à la centralisation » (430, traduction libre), puisque mettant à profit des ressources locales, renvoie, par cause d'intermédiaires réduits, à la collaboration, le respect et la confiance entre le producteur et le consommateur. Adressant ainsi le second pilier, les systèmes de production transparents et directionnels, en réconciliant ces deux figures, favorisent la propension à offrir des articles de qualité et la cognition des actes de fabrication. Par l'opportunité d'apprécier ses vêtements au-delà de la simple expérience de la consommation, l'acquéreur est dès lors mieux disposé à valoriser et à se rapprocher, plutôt que de se distancier, de ses pièces. Par conséquent, une telle approche mène au troisième pilier, soit la création de designs de « plus grande valeur culturelle et matérielle pour le consommateur » (Clark, 2008 : 433, traduction libre), qui, « puisque générant des expériences significatives, ne se réduisent pas en images vides pour une consommation rapide » (*Slow + Design Manifesto* 2006 : 6, cité dans Clark, 2008).

Tout cela considéré, par son inclination pour la qualité, l'approche lente du modèle Slow Fashion vise à concentrer et renforcer les liens entre les créateurs, les producteurs,

les utilisateurs et leurs vêtements (Ozdamar Ertekin et Atik, 2015). Allant au-delà d'une simple durabilité environnementale, la Slow Fashion, tel que l'indique Jung et Jin (2014), renvoie à l'équité, le localisme, l'authenticité, l'exclusivité et la fonctionnalité. En englobant ces (5) cinq dimensions, le modèle, par une production éthique, locale, artisanale et hautement qualifiée, occasionne des vêtements diversifiés, uniques et valables disposés à une utilisation prolongée.

En définitive, le modèle se présente telle une prise de conscience de la matérialité de la mode (Clark, 2008), alors qu'en tant qu'article produit, consommé, utilisé et jeté, la considération du coût du cycle de vie d'un vêtement est primordiale (Diddi et al., 2019 ; Lundblad et Davies, 2016). Dès lors, la Slow Fashion se veut un modèle holistique où les étapes de la conception, de l'approvisionnement, de la production, de la distribution et de l'éducation des consommateurs en termes d'acquisition et d'élimination sont fondées sur la durabilité (Clark, 2008 ; Fletcher, 2010 ; Diddi et al., 2019 ; Jung et Jin, 2014 ; Ozdamar Ertekin et Atik, 2015 ; Pookulangara et Shephard, 2013). Sur ce dernier point, les consommateurs ne sont pas uniquement invités à privilégier l'achat de pièces de qualité et de coupe intemporelle, mais à éviter et réduire, puis à réutiliser, recycler et récupérer (Diddi et al., 2019 ; Gupta et al., 2019 ; Lundblad et Davies, 2016 ; Pookulangara et Shephard, 2013). Par une prédisposition marquée à l'utilisation, la Slow Fashion valorise, certes, une consommation lente, mais, plus notablement, une considération et une connexion émotionnelle à l'égard des vêtements. Requérant dès lors une meilleure compréhension de la manière dont les individus consomment la mode au-delà de l'acquisition, la présente étude pose la question de recherche suivante : comment la Slow Fashion est-elle réellement mise en application dans le quotidien des consommateurs qui l'adoptent ? Afin d'aborder cette interrogation, deux sous-questions sont énoncées, soit :

Q1 : Quels motifs encouragent la mobilisation de la Slow Fashion à titre de pratique de consommation vestimentaire ?

Q2 : Par quels mécanismes s'opère la mise en œuvre de la pratique de la Slow Fashion dans les pratiques de consommation vestimentaire existantes des consommateurs ?

Ainsi, suivant la lentille théorique sollicitée pour cette étude, soit la théorie de la pratique, la Slow Fashion sera posée, pour le reste de cette recherche, non pas comme un modèle

de consommation, mais une pratique de consommation. À cet effet, pour éclairer ce choix conceptuel, le segment suivant introduit cet angle théorique sélectionné.

2.4 La théorie de la pratique : angle théorique pour étudier les pratiques de consommation

Afin de comprendre de quelle(s) façon(s) la Slow Fashion prend place dans le quotidien de ceux qui l'adoptent, il est nécessaire de se pencher sur leurs pratiques, c'est-à-dire sur le *comment*. De prime abord, ceci est mis en évidence par Southerton (2012) énonçant que l'insuffisance des attitudes et des valeurs dans l'initiation de comportements d'acquisition durables s'explique notamment par le poids des habitudes et des routines des acquéreurs. À cet égard, il précise ces dernières telles des « performances observables de pratiques stables » (337 : traduction libre). Dans cette optique, la stabilité des pratiques traduisant des conduites récursives, la mutation de celles-ci se pose au cœur du déploiement de la consommation durable ; renforçant l'intérêt d'étudier les performances.

Exploitant cette suggestion, Fuentes (2014), définissant le magasinage comme une pratique, distingua des stratégies et des techniques d'achat façonnant la consommation responsable. Ainsi, son étude démontre qu'à travers l'usage spécifique d'outils, de savoir-faire, de compréhensions et de composantes situationnelles telles que le paysage sociomatériel d'un commerce, les consommateurs surmontent les complexités reliées à la consommation verte et effectuent des décisions d'achat durables. Dès lors, en misant sur l'identification des éléments uniques à l'acquisition d'articles responsables, Fuentes (2014) identifia des stratégies comme « *prioriser les produits qui dureront* », « *n'achetez que ce dont nous avons vraiment besoin* » et « *acheter des produits verts* ».

Appliquant également la définition du magasinage telle une pratique, Perera, Auger et Klein (2018), en se penchant sur les significations associées à l'acquisition *verte* et leur influence sur la mise en œuvre de telles pratiques de consommation, adjoignent les « *achats écologiques émotionnellement affiliés* » et la « *prosommation* » à ces stratégies. De plus, Bly et *al.* (2015) et Lundblad et Davies (2016) font aussi allusion à des techniques de consommation durables, alors qu'ils énumèrent des stratégies d'achat comme « *consommer moins, mais mieux* »¹, « *acheter exclusivement des vêtements d'occasion* » ou « *faire ses propres vêtements* » comme acte de *prosommation* pour remplacer l'achat.

¹ De cette stratégie découlent des techniques telles que l'attention à la provenance et aux tissus, le magasinage dans son propre placard et l'achat auprès de petits producteurs (Bly et *al.*, 2015).

Bien que ces derniers exemples abordent certaines compétences pertinentes à la pratique de la Slow Fashion comme la couture, l'identification de marques responsables et la connaissance des tissus, ces travaux restent toutefois centrés sur la phase d'achat. Ainsi, dans l'optique de parfaire la compréhension de l'exercice de la Slow Fashion au-delà de l'acquisition, la présente étude, s'inspirant des travaux précédents, met à profit la théorie de la pratique à titre d'angle théorique. Nécessitant dès lors d'établir les bénéfices de cette théorie pour analyser les pratiques de consommation telles que la Slow Fashion, le segment qui suit énonce, en premier lieu, la manière dont les pratiques occasionnent la consommation ; celle-ci se présentant comme une action résultant de leur déploiement (Warde, 2014).

2.4.1 La consommation telle que découlant de l'engagement dans des pratiques

D'emblée, les pratiques sont définies telles que des activités humaines s'organisant autour de structures téléoaffectives que Schatzki (2001 : 60-61, traduction libre) explique comme « une gamme de fins acceptables ou correctes, de tâches acceptables ou correctes pour réaliser ces fins, de croyances acceptables ou correctes adjointes aux tâches spécifiques exécutées pour atteindre ces fins et d'émotions acceptables ou correctes pour le faire ». Conséquemment, les actes de consommation représentent des performances individuelles (Magaudda, 2011) ou des tâches en vue de fins, qui, selon la théorie, découlent de l'engagement dans des pratiques (Warde, 2005). En ce sens, les spécificités des motivations et des désirs de consommation sont avant tout informées par les normes, les conventions, puis les comportements associés à la pratique entreprise. Écartant ainsi de concevoir la consommation tel un choix purement individuel et délibéré (Warde, 2014) régi par les valeurs et attitudes d'un consommateur souverain (Southerton, Díaz-MénDez et Warde, 2011 ; voir aussi Scheurenbrand et *al.*, 2018 ; Zanette, Pueschel et Touzani, 2022), cette théorie établit plutôt la consommation comme le moment de la pratique où les individus s'approprient, incorporent, adaptent et utilisent des biens, des services, des ressources, etc., dans le cadre de sa réalisation (voir aussi Hand, Shove et Southerton, 2005 ; Røpke, 2009 ; Southerton, 2012).

De telle sorte, comme l'affirme Shove et *al.* (2007 : ch. 2, cité dans Røpke, 2009, traduction libre), « l'accent mis sur les pratiques attire l'attention sur le *faire* plutôt que sur *l'avoir* par rapport à la consommation, et sur *l'utilisation* plutôt que sur la *présentation* des produits ». Renvoyant à se pencher sur le *comment*, la théorie de la pratique permet ainsi de rendre compte de la manipulation des objets et de la manière dont ils sont valorisés

dans les activités de consommation quotidiennes (Warde, 2014). Plus encore, étudier les phénomènes de consommation à titre de pratiques engendre une compréhension plus globale de leur exécution, puisque leurs composantes (p. ex. les normes, les croyances, les comportements, les objets) sont recensées et l'influence positive ou négative de leur mise en relation dans le déploiement est évaluée (Scheurenbrand et al., 2018).

Au surplus, tandis qu'entreprendre une pratique implique d'avoir recours à divers artefacts matériels ou des sources énergétiques, sa performance requiert indirectement l'appropriation, la transformation et la consommation de ressources (Hand et al., 2005 ; Røpke, 2009 ; Warde, 2014). Dès lors, appliquer la théorie de la pratique aux activités de consommation « souligne que la transformation des biens de consommation en déchets, tout en obtenant des services à partir de ces biens, est un aspect de diverses pratiques » (Røpke, 2009 : 2495, traduction libre). Ainsi, mobilisée par une variété de travaux soucieux de la dégradation de l'environnement, des changements climatiques et de la durabilité (p. ex. Beuscart, Coavoux et Garroq, 2023 ; Fuentes, 2014 ; Godfrey, Price et Lusch, 2022 ; Hand et al., 2005 ; Perera et al., 2018 ; Scheurenbrand et al., 2018), la théorie de la pratique permet de rendre compte de l'impact de la performance des activités de consommation sur les effets écologiques (Warde, 2014).

En définitive, alors que la présente étude cherche à approfondir la mise en application au-delà de l'acte d'achat d'une pratique de consommation ancrée dans la durabilité, la théorie de la pratique se présente telle une lentille théorique appropriée. Ainsi, en vue d'examiner l'exercice de la Slow Fashion, les segments qui suivent énoncent brièvement (1) les fondements de la théorie de la pratique, offrent (2) une définition plus détaillée de ce qu'est une pratique et décortiquent (3) ses principales caractéristiques en vue d'établir un cadre analytique. Dernièrement, par une revue de différents travaux ayant sollicités la théorie de la pratique, il est démontré comment celle-ci et son cadre analytique firent leurs preuves afin d'étudier une variété de phénomènes de consommation.

2.4.2 Fondements et cadre analytique de la théorie de la pratique

Appartenant aux théories culturelles, la théorie de la pratique s'inscrit dans l'idéologie où l'ordre social et les conduites personnelles reposent sur des structures symboliques de significations (Reckwitz, 2002). N'étant ni individualiste ni holistique (Warde, 2005), la théorie de la pratique se différencie des théories sociales classiques telles que *l'homo economicus* où l'ordre social est établi sous la combinaison d'intérêts individuels et *l'homo*

sociologicus où les normes et les valeurs collectives imposent un comportement social (Reckwitz, 2002). En ce sens, modérant l'opposition structure-acteur (Røpke, 2009), cette théorie introduit la pratique à titre de médiateur entre la structure et les actions (Warde, 2014). Plus particulièrement, posée au niveau *méso* (Southerton et al., 2011), la pratique façonne des modèles et des structures d'actions (c.-à-d. niveau *macro*) toutefois subordonnés à leur (re) production dans le déroulement de la vie quotidienne (c.-à-d. niveau *micro*). La pratique étant ainsi inséparable de la performance des individus, les comportements de ceux-ci résultent néanmoins de ses structures d'actions et non de choix simplement volontaires et délibératifs (Warde, 2014).

Conséquemment, la pratique, à titre de contexte et de lieu où s'établit l'activité humaine (Schatzki, 2001), se révèle comme formatrice de la société (Reckwitz, 2002) et, de ce fait, comme la plus petite unité d'analyse sociale. Dès lors, cette dernière génère des savoirs partagés (c.-à-d. un ensemble de compréhensions mutuelles, de croyances, de règles, de buts et de procédures) qui, à leur tour, produisent un sens et des conduites collectives qui définissent quelles normes sont considérées comme légitimes et quels désirs sont considérés comme souhaitables, en plus d'assujettir les individus à agir de manière correspondante (Nicolini, 2009 ; Reckwitz, 2002 ; Schatzki, 2001 ; Warde, 2005). Occasionnant dès lors une *intelligibilité pratique* précisant le sens et la forme des activités humaines (Schatzki, 2001), les actions individuelles sont présentées telles des performances répétées et similaires (Warde, 2014) ne requérant pas de réflexion consciente (Røpke, 2009).

Cela étant dit, alors que Nicolini (2009), Reckwitz (2002) et Warde (2005 ; 2014) font tous trois référence à la nature tacite et réursive de la pratique, il devient primordial de décortiquer sa structure pour comprendre comment elle permet de saisir à la fois l'ordre et les conduites sociales. En ce sens, les segments qui suivent se basent sur le cadre théorique exposé par Schatzki (2001) et Reckwitz (2002), sur les articulations explicites de la théorie de la pratique dans le cadre d'études de consommation (c.-à-d. Beuscart et al., 2023 ; Godfrey et al., 2022 ; Hand et al., 2005 ; Magaouda, 2011 ; Scheurenbrand et al., 2018 ; Southerton et al., 2011 ; Southerton, 2012 ; Shove, 2009 ; Warde, 2005 ; 2014 ; Woermann et Rokkam, 2015 ; Zanette et al., 2022), puis sur les principes de *zoom in and zoom out of practices* de Nicolini (2009) pour bâtir un cadre analytique illustrant le caractère coordonné, performatif, routinier et évolutif de la pratique.

2.4.2.1 Les pratiques comme coordonnées

Fondamentalement, Schatzki (2001) reconnaît les pratiques comme étant coordonnées (Warde, 2005) alors qu'elles constituent un ensemble organisé d'activités corporelles et des compétences mentales et émotionnelles (c.-à-d. *doings and sayings*) liées sur la base de savoir-faire, de règles, de principes et de structures téléoaffectives (voir aussi Reckwitz, 2002 ; Røpke, 2009). Plus précisément, les pratiques s'effectuent autour de buts normatifs et états émotionnels (c.-à-d. les structures téléoaffectives) qui dictent le sens et la direction de ces dernières (Godfrey et al., 2022 ; Nicolini, 2009 ; Woermann et Rokka, 2015). Ainsi, ces structures téléoaffectives informent les règles, les principes, les croyances et les savoir-faire qui, à leur tour, influencent les comportements et les actions entreprises pour l'atteinte du but normatif, soit la réalisation de la pratique en question (voir aussi Scheurenbrand et al., 2018). Dès lors, ces ensembles organisés, que Reckwitz (2002) conceptualise en tant qu'*entités*, sont résumés par Godfrey et al. (2022 : 3, traduction libre) comme des « schémas organisés de faire et de dire qui guident l'activité humaine et la rendent socialement et culturellement intelligible ».

Cela étant dit, à ce nexus de faire et de dire s'ajoute l'objet en tant que dernière propriété de la pratique alors que Reckwitz (2002) définit ces derniers comme constitutifs des comportements. En effet, essentiellement encodés, les objets portent en eux le script de leur concepteur véhiculant ainsi une certaine manière d'agir et d'utilisation, ce que Nicolini (2009) résume comme une culture particulière de l'action. Ainsi donc, sur la base de ces principes et par souci de synthèse, la présente étude suit les pas de Magaudda (2011, voir aussi Godfrey et al., 2022 ; Woermann et Rokka, 2015) et propose de rassembler la pratique sous trois dimensions principales soit (1) les significations et représentations (c.-à-d. *meanings*), (2) les objets (c.-à-d. *objects*) et (3) les comportements (c.-à-d. *doings*).

Dans un premier temps, les significations englobent les structures de sens (Godfrey et al., 2022) collectives et partagées à l'intérieur de la pratique (Reckwitz, 2002) que Woermann et Rokka (2015) désignent comme les règles, les compréhensions culturelles générales et les structures téléoaffectives. Les premières (c.-à-d. les règles) étant formelles et orientant des activités précises, puis les secondes (c.-à-d. les compréhensions culturelles), ancrées dans les systèmes de valeurs et la moralité (Nicolini, 2009), étant plus largement applicables et servant surtout à établir des idéaux sociaux (Woermann et Rokka, 2015). Ainsi, les pratiques étant basées sur des connaissances historiquement et culturellement spécifiques (Reckwitz, 2002), elles

doivent être évaluées en référence à un lieu, temps et contexte historique spécifiques (Nicolini, 2009 ; Warde, 2005 voir aussi Hand et *al.*, 2005 ; Magaudda, 2011).

Dans un deuxième temps, les objets regroupent les outils, les artefacts, puis les lieux physiques et technologies, ce que Magaudda (2011) résume comme la culture matérielle, dont les capacités, se manifestant en relation avec les compétences humaines, ont la possibilité de contraindre ou de soutenir la pratique (Godfrey et *al.*, 2022, voir aussi Magaudda, 2011 ; Scheurenbrand et *al.*, 2018). Ainsi, les pratiques étant « inconcevables en l'absence des moyens techniques fournis par les machines et les outils » (Warde, 2014 : 293, traduction libre), Scheurenbrand et *al.* (2018) démontrent comment la pratique du vélo de ville se retrouve limitée par le manque et le non-respect des infrastructures mises en place pour celle-ci. Au surplus, Røpke (2009) avance le corps tel un instrument de la pratique, alors qu'en plus de ses compétences incarnées, celui-ci est le site des émotions ; l'esprit à titre de *médium* où s'organisent les pratiques (Schatzki, 2001).

Dernièrement, les comportements, combinés aux compétences, aux techniques et aux savoir-faire (Scheurenbrand et *al.*, 2018), représentent la concrétisation de la mise en relation des significations et des capacités des objets, le tout sous la forme d'actions que Reckwitz (2002) décrit comme les performances physiques. En définitive, les pratiques « rejettent l'idée d'une entité agentique unique » (Scheurenbrand et *al.*, 2018 : 229, traduction libre), puisque leur existence repose sur la liaison entre des significations, des objets et des comportements. À cet égard, Hand et *al.* (2005), en explorant la progression de la pratique commune de la douche en une pratique privée et quotidienne, explique :

Les aspects matériels, conventionnels et temporels qui informent cette évolution ne peuvent être compris qu'en relation avec les formes de savoir-faire, de compétences et de façons de faire qui constituent et rendent intelligible ce que nous entendons par douche (8, traduction libre).

Conséquemment, les trois dimensions de la pratique peignent celle-ci comme un tout coordonné où la jonction entre les significations, les comportements et les objets découle d'une interrelation qui permet de rendre compte du caractère spécifique de la pratique en question.

2.4.2.2 Les pratiques comme performatives

Comme préalablement établi par la composante comportementale, Schatzki (1996, cité dans Warde, 2005), à titre de deuxième notion de la théorie de la pratique, souligne le caractère performatif des pratiques, tandis que leur existence n'est attestée que par leur

concrétisation à travers des agents sociaux (voir aussi Reckwitz, 2002 ; Røpke, 2009 ; Shove, 2009). La performance se présentant donc comme l'activité pratique et sa représentation (Warde, 2014), l'agent, par ses capacités physiques et mentales, ainsi que l'aide d'objets, agit comme un vaisseau, puis porte les pratiques dans la vie sociale en incarnant les significations et effectuant les comportements correspondants (Reckwitz, 2002, voir aussi Røpke, 2009 ; Zanette et *al.*, 2022).

Ainsi, informé du sens de la pratique, l'agent développe ce que Nicolini (2009) définit comme des préoccupations pratiques qui agissent à titre de motivations afin d'effectuer correctement les fautes et d'ores pour le bon déroulement de la pratique. Plus encore, les performances pratiques se répétant à travers une multitude d'agents, leur coordination requiert l'orientation mutuelle et collective de ceux-ci vers l'exécution des comportements systématiquement attendus (Warde, 2014). Alors stimulé par l'accomplissement et équipé d'une compréhension des structures de sens, l'agent « forme des idées conscientes et une détection intuitive pour savoir comment assembler de manière significative des objets en actions intelligibles » (Godfrey et *al.*, 2022 : 11, traduction libre) résultant, dès lors, à la performance de la pratique (voir aussi Magaudda, 2011).

Cependant, alors que les pratiques offrent des modèles de conduite récurrents et enracinés (Nicolini, 2009), ceci n'empêche pas que leur performance soit différenciée en interne (Warde, 2005). En guise d'exemple, Beuscart et *al.* (2023) démontrent que la nature de l'écoute de la musique digitale (c.-à-d. l'activité principale ou uniquement une utilisation en arrière-plan) et le choix de plateforme pour l'exécuter dépendent de l'activité avec laquelle l'écoute est performée, puis l'attention et le temps que les consommateurs peuvent y accorder au courant de ladite activité. De surcroît, Godfrey et *al.* (2022) et Magaudda (2011) expliquent pareillement les performances telles que différenciées en interne, alors que les comportements sont fondamentalement incarnés. Notamment, ces derniers reposent sur (1) les compétences des agents² que Woermann et Rokka (2015) nuancent comme les habiletés corporelles, puis la capacité de percevoir et de répondre aux imprévus lors du déroulement de la pratique, et (2) sur la capacité des objets. En ce qui a trait au second point, Godfrey et *al.* (2022), en étudiant les facteurs favorisant l'engagement dans la réparation des objets de consommation, avancent que la détérioration progressive de ceux-ci altère leurs capacités ce qui, d'une part, perturbe le

² Warde (2005) mentionne l'engagement, les expériences passées, les connaissances techniques, les ressources disponibles, etc. comme influençant les compétences des agents.

déroulement des pratiques quotidiennes et, d'autre part, force les agents à adapter leurs compétences en fonction de l'évolution des objets qu'ils s'habituent à utiliser.

Ce qu'on peut alors résumer comme un *désalignement* à l'intérieur de la pratique prend racine chez Woermann et Rokka (2015) qui posent que l'interrelation et l'alignement des composantes d'une pratique occasionnent un « *timeflow* » qui induit une perception du temps (c.-à-d. l'expérience de la temporalité) chez les agents. Ressenti au cours de la performance, le « *timeflow* » instaure un flux habituel de la conduite de la pratique qui se retrouve déstabilisé advenant le désalignement des dimensions de cette dernière. De là, le désalignement cause un « *rush* », soit un enchaînement plus soudain des événements ou un « *drag* », par « un enchaînement plus lent faisant ressentir le déroulement de la pratique tel que retardé, entravé ou empêché » (Woermann et Rokka, 2015 : 1499, traduction libre). Cela étant dit, bien que cette notion de « *timeflow* » comme qualité de la pratique soit propre à la proposition de Woermann et Rokka (2015), il est possible de conclure que la performance des pratiques est adaptative et dépendante de l'imbrication des éléments qui la constituent, faisant de celle-ci « intrinsèquement et nécessairement un acte de poiesis, de création, d'invention et d'improvisation » (Nicolini, 2009 : 1405, traduction libre).

2.4.2.3 Les pratiques comme routinières et évolutives

Alors que la conclusion précédente pave la voie à la compréhension du caractère évolutif de la pratique, il importe d'établir, en premier lieu, en quoi celle-ci est fondamentalement routinière. D'emblée, Warde (2014 : 293, traduction libre) explique que « l'apprentissage de procédures pratiques découle de la répétition, de l'habitude, de la routine et de la convention », des processus émergeant possiblement d'interactions, de coordinations et d'expositions aux performances pratiques de soi et d'autrui. Ainsi, à titre de cause et de conséquence d'actions mutuellement ajustées et répétées, c'est-à-dire que les pratiques structurent et prescrivent des performances types qui, à leur tour, stabilisent les pratiques par leur itération (Southerton, 2012), les pratiques s'affichent telles des façons de faire normatives et collectives. Autrement dit, par ses façons de faire continuellement recrées par les agents et à travers les agents à des endroits et des moments variés (voir aussi Nicolini, 2009), les pratiques, induisant dès lors un ordre social (Reckwitz, 2002 ; Warde, 2005 ; 2014), deviennent des actes routiniers (voir aussi Godfrey et al., 2022).

Néanmoins, c'est cette même reproduction sociale (voir aussi Hand et al., 2005) qui octroie aux pratiques leur caractère évolutif (Warde, 2005). Notamment, en portant les

pratiques dans la vie sociale, les agents se retrouvent à également être le vaisseau d'une multitude de pratiques simultanément, devenant, ainsi, le point de connexion de ces dernières (Reckwitz, 2002, voir aussi Shove, 2009). Par conséquent, les pratiques différenciées, d'une part, à l'interne par les capacités des agents, sont, d'autre part, sujettes à l'influence de pratiques adjacentes et parallèles ou différentes et séparées à partir desquelles il est possible l'emprunt ou la copie de procédures (Warde, 2005 ; 2014). À cet égard, la mise en relation de pratiques peut donner lieu à leur complémentarité, à leur remplacement ou même à leur liaison dans un ensemble plus complexe (Røpke, 2009). Sur ce dernier point, Magaudda (2011) illustre comment l'intégration de la matérialité à la musique numérique vint mouler la pratique de la consommation musicale ; la matérialité lui devant complémentaire. Plus particulièrement, le passage du disque dur de l'informatique à la consommation musicale numérique pour des fins de stockage est une démonstration de l'évolution et du changement de diverses pratiques sociales à la suite de leur mise en contact avec d'autres (voir aussi Nicolini, 2009). Par ailleurs, l'intégration de nouvelles matérialités ou l'accoutumance à ces dernières renforcent le poids de la manipulation des objets dans l'adaptation continue des pratiques préexistantes (Godfrey et al., 2022 ; Magaudda, 2011 ; Zanette et al., 2022). Finalement, renchérissant sur le rôle de la culture matérielle, Røpke (2009) avance que les innovations techniques, essentielles à l'évolution des pratiques, « peuvent aussi avoir des implications sur l'organisation spatiale et temporelle de celles-ci » (2494, traduction libre, p. ex. Hand et al., 2005 ; Scheurenbrand et al., 2018)

Parallèlement, le caractère évolutif des pratiques repose également sur la mutation des compréhensions culturelles collectives sur lesquelles elles sont fondées. Notamment, les pratiques s'établissant sur des connaissances historiques et culturelles spécifiques, la définition de leurs conduites justifiables sera toujours « conditionnée par les arrangements institutionnels caractéristiques du temps, de l'espace et du contexte social » (Warde, 2005 : 139, traduction libre). Plus encore, alors qu'évoluant de manière inégale (Warde, 2014), celles-ci peuvent, à défaut de recruter des praticiens consentant à leurs normes, venir à disparaître à travers le temps (Røpke, 2009). Renvoyant à l'autorité des connaissances culturelles et historiques, Hand et al. (2005) posent que la pratique actuelle de la douche découle du réarrangement spécifique des évolutions d'infrastructures, de technologies et de rhétoriques associées au corps et à la propreté qui ont moulé cette pratique à travers le temps. Dès lors, cette étude illustre que l'évolution des pratiques est « constitutive, puis une conséquence de la pratique elle-même alors que le réagencement

est effectué dans et à travers celle-ci » (Hand et *al.*, 2005 : 8, traduction libre). En ce sens, les pratiques peuvent être conclues telles que résultant d'un processus de co-formation et de co-évolution (Magaudda, 2011), puisque chaque bouleversement dans et entre les dimensions de celles-ci a une influence et une implication pour son ensemble, les rendant intrinsèquement instables (Hand et *al.*, 2005) et provisoires.

En définitive, d'un point de vue technique, les pratiques peuvent être globalement définies telles qu'« un type de comportement routinier composé d'activités corporelles et mentales, de choses et leur usage, de savoir-faire, de structures téléoaffectives, puis d'un savoir de base sous forme d'entendement, tous en interaction les uns avec les autres » (Reckwitz, 2002 : 249, traduction libre). Parallèlement, d'un point de vue symbolique, cet agencement permet de retracer les règles, les normes ainsi que les compréhensions culturelles à partir desquelles le monde et les choses sont compris collectivement à un temps et un moment donné. De plus, la théorie de la pratique, par son accent sur la performance des agents, soutient que ces derniers correspondent au « niveau concret dans lequel les pratiques se créent, se stabilisent et se transforment » (Magaudda, 2011 : 21, traduction libre). La présente étude se penchant sur les consommateurs, cette théorie soutient leur poids pour décortiquer l'organisation des pratiques. Dernièrement, par leur caractère coordonné, performatif, routinier et évolutif, les pratiques offrent un cadre analytique propice à l'analyse des actions sociales. Spécialement, par l'intermédiaire de significations, de comportements, d'objets ainsi que d'agents munis d'une conscience pratique des conduites requises pour leur accomplissement, les pratiques donnent lieu à une connaissance détaillée des outils, des motifs et des actions modelant, puis facilitant ou nuisant à la performance des activités de consommation. Enfin, les fondements de la théorie de la pratique, de même que son cadre analytique, étant établis, le prochain et dernier segment illustre comment cette théorie permet de rendre compte d'une variété d'activités de consommation.

2.4.3 Mobiliser la théorie de la pratique pour l'analyse d'activités de consommation variées

Comme posé précédemment, les pratiques, en informant de la nature de la consommation, prédisposent les agents à un certain type d'engagement avec les objets ce qui, dès lors, ancre la consommation dans leur déploiement. Ce positionnement ayant été sollicité pour approfondir les compréhensions d'une pluralité de types de consommation, une revue abrégée de travaux existants est ici présentée.

En premier lieu, en posant la matérialité de la pratique au centre de leurs études, Godfrey et *al.* (2022), Magaudda (2011) et Zanette et *al.* (2022) illustrent que l'insertion de nouveaux objets de consommation dans la pratique ou la dégradation des capacités de ces derniers bouleversent l'articulation de ses composantes menant, dès lors, à son réassemblage. Sur le premier point, Magaudda (2011) et Zanette et *al.* (2022) démontrent tous deux l'agentivité des objets, puisque ces derniers peuvent amorcer le développement de nouvelles significations et compétences qui, une fois modifiées et stabilisées, viennent faire de ces objets des éléments intégrés de manière routinière à l'intérieur des pratiques. Notamment, tandis que Magaudda (2011) articule le passage du iPod d'un nouvel appareil à un article répandu, offert et désiré en vue d'appartenir à un groupe de pairs, Zanette et *al.* (2022) mettent en lumière comment le « *ugly shoe* », auparavant central à la perturbation des pratiques de l'habillement, devient normalisé, banalisé et intégré de façon à indiquer l'habillement de bon goût. Sur un deuxième ordre d'idées, Godfrey et *al.* (2022), à travers l'analyse des pratiques de réparation de souliers et de vélo, énoncent que les agents, par un processus « *d'étalonnage* » ou de « *réalignement* », viennent à mouler leurs conduites à la détérioration et aux capacités changeantes de leurs objets ou à s'engager dans leur réparation afin de les ramener dans un état facilitant la poursuite de la pratique.

Cela dit, alors que ces études se concentrent sur la façon dont le changement d'une composante précise d'une pratique mène à des implications dans l'entièreté de celle-ci, Hand et *al.* (2005), puis Woermann et Rokka (2015) énoncent de manière plus globale l'interdépendance des dimensions de la pratique dans son réarrangement. Ainsi, Hand et *al.* (2005) avancent l'évolution de la pratique de la douche telle que résultant de conflits et de disjonctions entre ses dimensions matérielles, conventionnelles et temporelles. De plus, Woermann et Rokka (2015), en se penchant sur la pratique du ski acrobatique et du paintball, posent que l'imbrication des composantes³ de la pratique lors de sa performance induit une expérience temporelle lisse, accélérée ou ralentie chez le praticien. En guise d'exemple, l'étude mentionne comment le débit maintenant plus accéléré des pistolets de paintball requiert un temps de réaction plus rapide ou comment l'attention portée au style de la figure diminue le nombre de rotations exigées lors d'un saut pour les compétiteurs de ski acrobatique.

³ Woermann et Rokka (2015) mentionnent ici la mise en place du matériel, les compétences corporelles, les buts et émotions, les règles, puis les compréhensions culturelles entourant la pratique du sport.

Dernièrement, cette théorie étant propice à l'étude de pratiques ancrées dans des préoccupations environnementales, Scheurenbrand et *al.* (2018) étudièrent la façon dont les éléments d'une pratique et sa mise en relation avec d'autres pratiques connexes peuvent inhiber la performance de comportements durables. Plus particulièrement, par l'analyse de la pratique du vélo de ville, ils démontrent que les pratiques responsables ne sont pas nécessairement freinées par le non-engagement des consommateurs, mais plutôt par leurs composantes qui nuisent à la possibilité d'engagement. Dès lors, Scheurenbrand et *al.* (2018) énumèrent le manque de supports à vélos, les pistes cyclables imprécises, puis non respectées par les commerces, les automobilistes et les autobus, ainsi que la conduite automobile comme mode de transport normatif tels que des facteurs contraignant les consommateurs à s'investir, même si le désirant, dans le vélo de ville.

En définitive, alors que la théorie de la pratique fut également employée pour explorer la pratique de la consommation digitale de musique sur YouTube (Beuscart et *al.*, 2023), les pratiques d'acquisition verte (Fuentes, 2014 ; Perera et *al.*, 2018) ainsi que la pratique du « *solo dining* » (Koponen et Mustonen, 2022), l'ensemble des travaux cités prouvent de l'utilité de cette théorie pour étudier les activités de consommation. Par conséquent, la présente étude pose cette dernière telle un angle théorique judicieux pour distinguer comment la pratique de la Slow Fashion prend forme dans la vie des consommateurs qui l'adoptent.

Chapitre 3 : Méthodologie

Ce chapitre expose la méthodologie employée pour répondre à la finalité de la présente étude, soit la compréhension de la mise en œuvre de la pratique de la Slow Fashion dans le quotidien des consommateurs qui l'adoptent. Dès lors, désirant, à titre de rappel, identifier les motifs encourageant la mobilisation de cette pratique, puis les mécanismes opérant cette dernière dans les pratiques de consommation vestimentaire, cette recherche mobilise une approche qualitative. Plus particulièrement, l'entrevue longue fut sollicitée aux fins de la collecte de données. En ce sens, cette section illustre, en premier lieu, le pourquoi, ainsi que les avantages de ce choix méthodologique. En second lieu, un survol du questionnaire, des critères de sélection et de recrutement des participants, puis du déroulement des entretiens est effectué. Dernièrement, l'approche analytique est développée.

3.1 La collecte de données par l'entremise d'entrevues en profondeur

D'emblée, l'approche qualitative se devait d'être mobilisée afin d'examiner le sujet d'intérêt, car son accès à la pensée et la vie des personnes interrogées (McCracken, 1988) permet notamment de « capturer le travail réel nécessaire à toute pratique » ; un point essentiel pour leur description (Nicolini, 2009 : 1400, traduction libre). Ajoutant à ce propos, Schatzki (2012) énonce que les méthodes quantitatives ne parviennent pas à saisir les infrastructures spatio-temporelles, l'organisation, le contexte, l'évolution et l'avenir des pratiques, ainsi que la manière dont ces dernières s'articulent et se connectent entre elles. De fait, il soutient que nulle méthode mathématique ou informatique ne peut remplacer l'interaction, soit la fréquentation et la discussion ou l'observation et la participation avec les participants à l'étude. Sous ce bilan, l'entrevue en profondeur, en tant que procédé qualitatif, fut adoptée dans l'intention de vivre et d'éprouver (McCracken, 1988), à travers leurs discours, les expériences importantes des personnes concernées de sorte à comprendre et à interpréter les significations et les perceptions (Arsel, 2017 ; Spiggle, 1994) associées à ces « expressions de l'action » (Halkier et Jensen, 2011 : 109, traduction libre).

Pour ce faire, les entretiens prirent une forme semi-structurée où un questionnaire donnait lieu à offrir une structure et à arbitrer la portée des entrevues (McCracken, 1988), sans, cela dit, brimer l'exploration de sujets inattendus émergeant des discours distincts de chaque participant (Arsel, 2017). En effet, « les participants doivent de même avoir le

contrôle de leur récit, de ce qu'ils veulent dire et de la manière dont ils veulent le dire » (940, traduction libre). Néanmoins, à l'opposé des entrevues proprement ouvertes où les opportunités exponentielles de sujets peuvent générer des discussions chaotiques (McCracken, 1988), le *protocole d'entretien* (Arsel, 2017) de celles semi-dirigées habilite d'aborder les thématiques prédéfinies, puis de rediriger les digressions infructueuses. Dès lors, ce guide facilite la concentration sur les récits complexes en cours ; un facteur requis afin de déconstruire, puis de réfléchir à des manières d'approfondir et de faire des suivis sur les concepts imprévus y surgissant (Arsel, 2017). En somme, le segment suivant précise la composition de ce questionnaire ; à savoir ses points clés d'exploration et les types de questions les accompagnant.

3.1.1 L'élaboration du guide d'entrevue

Tout d'abord, en regard des thèmes abordés dans le guide d'entretien, ce dernier présente la structure suivante : 1. Présentation générale du répondant ; 2. Mode et style personnel ; 3. Processus de magasinage ; 4. Consommation responsable des vêtements ; 5. Slow Fashion. À noter que la consommation responsable de la mode et la Slow Fashion furent traitées en deux temps afin de ne pas imposer un rapprochement hâtif entre ces deux concepts dans le cas où une distinction existerait pour les participants. De fait, plutôt que prescrite, une définition de la Slow Fashion, aux yeux du répondant, était désirée.

La première section servant d'introduction à l'entrevue, elle fut d'une nécessité afin de former le profil sociodémographique des participants, ainsi que de contextualiser leur témoignage (Arsel, 2017 ; McCracken, 1988). Supplémentant la caractérisation du répondant, le second segment, explorant des notions telles que la relation avec la mode, la création d'un style personnel, puis l'influence des dimensions sociales sur ce dernier, contribua à consolider l'omniprésence de la mode, ainsi que son apport hédonique, dans le quotidien du participant ; un point discuté plus en détail dans les critères de sélection. Dernièrement, les portions traitant du magasinage, de la consommation vestimentaire responsable et de la Slow Fashion incorporèrent des questions provisoires (Arsel, 2017) facilitant de saisir les trois (3) composantes de la pratique de Magaudda (2011), soit (1) les significations, (2) les objets et (3) les comportements.

Certes animée par la lentille théorique de la présente étude, l'exigence de parvenir à faire émerger ces trois (3) éléments à travers les entretiens fut au surplus soulignée par des recommandations telles que celle de Nicolini (2009) stipulant que faire abstraction des outils et des ressources, puis de leur incidence dans la réalisation de la pratique

d'intérêt, entraînerait une représentation appauvrie de celle-ci. Par conséquent, plutôt que de se concentrer exclusivement sur les choix, les conduites et les motivations de la consommation, il fut question de susciter un récit où un profil global de cette dernière est dressé. En ce sens, la compréhension de (1) la nature de l'interconnexion des éléments de la pratique de la Slow Fashion, (2) ses subtilités et variations selon les dynamiques sociales dans lesquelles elle s'achève et (3) sa négociation en intersection avec d'autres pratiques de consommation (Halkier et Jensen, 2011) furent désirées des entrevues semi-directives.

Pour ce faire, le guide d'entrevue sollicita deux types de questions, nommément des questions « *grand tour* » et de suivis (c.-à-d. *prompting questions*, McCracken, 1988). Les premières décrites comme des « interrogations générales, ouvertes et non directives » (34 : traduction libre), elles introduisent des thèmes/sujets sans diriger le témoignage subséquent vers une avenue spécifique. Renvoyant à ce que Halkier et Jensen (2011) posent comme des *questions descriptives*, le participant fut invité à, par exemple, « raconter son début de l'amour pour la mode » ou à « décrire une séance de magasinage typique ». D'ailleurs, afin de soutenir le témoignage en cours, l'interviewer fit l'usage de « *floating prompts* » (McCracken, 1988), lesquels s'inspirant des travaux de Murray (2002) et de Thompson et Haytko (1997). Spécialement, de manière à approfondir les actions tacites et à bonifier l'accès à leurs significations et émotions, des questions de suivis telles que « *pourrais-tu m'en parler davantage ?* », « *comment te sens-tu lorsque... ?* » et « *pourrais-tu me donner un exemple d'une telle situation ?* » furent insérées dans les échanges.

Donnant suite à ce qui précède, des questions de catégorie (c.-à-d. *category questions*, McCracken, 1988), à titre de suivis, furent en outre mobilisées de manière à scruter tous les aspects d'un sujet en cours de discussion. Dès lors, énoncées telles des *questions structurelles* par Halkier et Jensen (2011), elles prirent la forme d'interrogations comme « *quelles sont les étapes importantes avant et pendant une séance de magasinage ?* », puis « *quels sont les critères les plus importants dans ton processus de sélection ?* ». Cela dit, à ce guide s'ajoutèrent de surcroît des suivis planifiés étudiant des incidents exceptionnels (c.-à-d. *exceptional incidents*, McCracken, 1988) offrant ainsi au participant l'opportunité d'afficher sa perception d'une consommation vestimentaire adéquate et ses conduites associées (Halkier et Jensen, 2011). Entendues comme des *questions de contraste* (idem), celles-ci renvoyaient à des instances telles que « *explique-moi une situation où il t'est arrivé de faire un achat non responsable* » et « *comment*

perçois-tu les personnes qui forment leur style personnel ou leur consommation autour des tendances ? ». En bref, Halkier et Jensen (2011) précisant qu'associer des questions descriptives, structurelles et de contraste « génère des textes descriptifs et typiques sur l'organisation, ainsi que sur le déroulement de la mise en œuvre des pratiques » (110 : traduction libre), atteste de la pertinence de ce guide afin d'obtenir un portrait détaillé de la mise en œuvre de la pratique de la Slow Fashion.

Dernièrement, il est important de souligner qu'un suivi « *auto-driving* » (McCracken, 1988) compléta le protocole d'entretien, tandis que les participants eurent à commenter, sous forme de photo ou à même le port, leur habit représentant le plus fidèlement leurs habitudes de consommation responsables de la mode (voir aussi Perera et *al.*, 2018). Plus particulièrement, l'objectif de cette requête en amont à la rencontre fut, en sus d'initier une introspection préalable des pratiques de consommation, d'illustrer, selon les propos du répondant, la coordination des objets, des significations, des actes de consommation, puis des pratiques adjointes à la pratique de la Slow Fashion. Enfin, l'élaboration du guide d'entrevue précisée, la section suivante énonce les critères de sélection et la méthode de recrutement des participants, de même que le déroulement des entretiens subséquents.

3.2 Critères de sélection, recrutement des participants et réalisation des entrevues

Afin d'élucider la mise en œuvre de la pratique de la Slow Fashion dans le quotidien des consommateurs qui l'adoptent, cette recherche posséda deux critères primordiaux pour la sélection des répondants. D'abord, il fut requis d'opter pour des individus s'engageant activement dans la consommation vestimentaire durable de manière que les témoignages renvoient à de réels comportements responsables, plutôt que des intentions. Par la suite, à titre de seconde condition, que les participants perçoivent la mode comme hédoniste, et non pas exclusivement utilitaire, assurait d'être en mesure d'étudier la négociation et la tension potentielle entre le plaisir, l'expression du soi et les valeurs durables de ceux-ci (voir Bly et *al.*, 2015). En ce sens, dans l'optique de produire une riche représentation de la pratique d'intérêt à l'opposé d'une généralisation des données, l'échantillonnage intentionnel, par l'entremise de ces deux critères, fut privilégié (Creswell, 2013 ; voir aussi Arsel, 2017 ; McCracken, 1988).

En regard du recrutement des répondants, cette étude usa de deux méthodes, soit (1) la méthode de convenance et (2) l'approche boule de neige. Posée telle la procédure la plus sollicitée en recherche qualitative où l'accès à de nouveaux intervenants est médié par l'obtention de coordonnées fournies par les répondants initiaux (Noy, 2008), cette

seconde technique fut d'utilité pour compléter l'échantillonnage dès l'instant où le potentiel de recrutement sur les réseaux sociaux s'épuisa. D'ailleurs, favorisant la mise en relation avec des populations marginalisées, l'approche boule de neige se prêta à rejoindre des acquéreurs responsables de la mode, soit un segment de consommateurs plus limité.

Cela dit, le recrutement s'opéra initialement sur la plateforme Instagram où des utilisateurs furent contactés en privé tandis qu'ils affichaient, sur leur profil, du contenu ancré dans la thématique de la mode d'une part et, d'autre part, signalaient leurs expériences avec des pratiques de la Slow Fashion. Ainsi, ayant confirmé au préalable que ces individus associaient leurs actes à une consommation vestimentaire responsable, ceux-ci se virent subséquemment invités à prendre part à l'étude. Brièvement, le message de sollicitation informait que le projet désirait en apprendre davantage sur les acquéreurs ayant des pratiques de consommation durables de la mode à travers un échange prenant la forme d'une entrevue. À la suite de leur intérêt, un formulaire de consentement fut envoyé par courriel aux répondants ; lequel fut révisé et signé en personne avant le commencement de l'entretien (Arsel, 2017). La chercheuse et les participants étant bilingues, les entrevues se déroulèrent en français et en anglais de manière à offrir la liberté aux intervenants de s'exprimer dans la langue de leur convenance pour faciliter l'aisance du partage.

Cela dit, une analyse préliminaire prit lieu suivant les quatre (4) premiers entretiens afin d'effectuer un survol des thèmes ressortant. Détaillée plus largement dans la section suivante, cette première itération, sur les données d'un côté, et sur les individus consultés de l'autre (Spiggle, 1994), généra une redirection de l'échantillonnage à savoir la sélection de répondants ayant, en dehors de l'acquisition, un répertoire plus large de formes de comportements liées à la pratique de la Slow Fashion. Spécialement, ces entrevues initiales se concentrant sur les environnements physiques de consommation de la Slow Fashion, soit notamment les friperies, il fut nécessaire de s'assurer de recueillir des informations supplémentaires sur les actes de consommation indépendants de l'achat ; ceux-ci étant présentement sous étudiés. Particulièrement, tel que l'énonce Arsel (2017), les entretiens doivent permettre d'étendre la théorie existante. Ainsi, la performance des pratiques étant différenciée de l'interne (Godfrey et *al.*, 2022 ; Magaouda, 2011 ; Warde, 2005) et variant en fonction des compétences des praticiens (voir également Woermann et Rokka, 2015), diversifier le profil de comportements des répondants promettait d'approfondir la compréhension de la pratique de la Slow Fashion.

Enfin, c'est alors que l'approche boule de neige permit d'ajouter à l'échantillon des participants aux actes de consommation variés tels que la couture, la réparation, puis même l'évitement de l'acquisition. En outre, maintenant le même squelette, le protocole d'entretien évolua toutefois ; les questions étant révisées de sorte à saisir les nouveaux objets, significations et compétences associés aux comportements de consommation émergents (Arsel, 2017). Finalement, McCracken (1988 : 37, traduction libre) souligna de surcroît l'importance de « fabriquer de la distance » lors du recrutement des participants ; un facteur possible en « créant délibérément un contraste dans le bassin de répondants ». Dès lors, produite d'une part par la diversité des types de comportements liés à la Slow Fashion, cette distance fut de plus générée par la variation d'âge, de sexe et de profession des participants. En dernier lieu, aux fins de limiter la connexion entre l'interviewer et ceux-ci, nul de ces répondants ne fut personnellement relié à la chercheuse.

Somme toute, le tableau 3.1 résume le profil sociodémographique des participants de l'étude, puis offre des informations additionnelles quant à leur relation avec la mode, leur style personnel ainsi que leurs actes de consommation responsables centraux. À noter que des pseudonymes furent utilisés aux fins de conserver leur anonymat. Globalement, onze (11) entretiens furent réalisés, dont trois (3) sous vidéoconférence, puis huit (8) en personne, pour un total de 16 heures et 37 minutes d'entrevues et d'une durée moyenne de 91 minutes. Une douzième entrevue de 45 minutes réalisée plus tôt dans le processus ne fut pas retenue, tandis que la répondante, s'affichant, au cours de l'entretien, telle qu'une surconsommatrice, expliqua magasiner en friperie pour le plaisir sans volonté responsable ou effort de diminuer sa consommation vestimentaire. Cela étant dit, après la transcription, certaines précisions au niveau de leur discours furent demandées à trois (3) participants. Ainsi, ceux-ci ont été fournis d'un document énonçant les segments d'intérêt et les questions supplémentaires pour approfondir leur pensée. Deux (2) des participants répondirent par message audio, leur durée ayant été ajoutée au total précédent, puis, l'autre, par écrit. La chercheuse recourut à cette requête lors de la deuxième phase des entrevues afin de recueillir plus de détails sur les actions et les significations de sujets ancrés dans la phase d'utilisation. En bref, 230 pages de transcription furent examinées à travers l'approche analytique développée dans la section suivante ; ces dernières sécurisées sur l'ordinateur personnel de la chercheuse dont seule elle utilise et connaît le code d'accès.

Nom et pronom(s)	Âge	Ethnicité	Profession et relation avec la mode	Description du style personnel	Formes de comportements liées à la pratique de la Slow Fashion
GABRIEL (iel/elle)	31	Franco-Canadienne	Coiffeuse, puis amoureuse de la mode et de son univers (p. ex. les défilés, les magazines et les mannequins) depuis son enfance.	Sombre et fluidité du genre.	<ul style="list-style-type: none"> • Adore la recherche de pièces de seconde main. • Son moyen central d'acquisition est les friperies, mais elle conçoit avoir un penchant à parfois y surconsommer.
THOMAS (il)	23	Franco-Canadien	Étudiant en hôtellerie, serveur et photographe de mode dans ses temps libres.	Chic, élégant et minimaliste	<ul style="list-style-type: none"> • Adore la recherche de pièces de seconde main. • Ses moyens centraux d'acquisition sont les friperies et les bazars, mais il conçoit avoir un penchant à parfois y surconsommer.
JADE (elle)	23	Afro-Canadienne	Étudiante universitaire en marketing, puis mannequin et créatrice de contenu. Anciennement employée de la vente au détail pour une chaîne Fast Fashion.	Polyvalent et minimaliste avec des accents colorés	<ul style="list-style-type: none"> • Travaille activement à concilier son amour de la mode et sa volonté de réduire sa consommation vestimentaire. • Ses moyens centraux d'acquisition sont les friperies, puis les créateurs locaux, mais elle reçoit également des produits vestimentaires à travers son travail de créatrice de contenu. • Aborde l'importance d'entretenir et de maintenir ses vêtements.
ALICE (elle)	30	Latino-Canadienne	Hôtesse de l'air, puis confectionne des vêtements sur mesure pour une petite clientèle.	Intemporel et neutre	<ul style="list-style-type: none"> • Préfère éviter la consommation vestimentaire. • Son moyen central d'acquisition est les friperies. • Elle coud ses propres vêtements à partir de pièces recyclées en friperie ou d'A à Z. • Elle s'engage activement dans la réparation de ses vêtements. • Aborde l'importance d'entretenir et de maintenir ses vêtements.

SOFIA <i>(elle)</i>	50	Franco-Canadienne	Entrepreneure et fondatrice d'une marque de vêtements fabriqués localement et de matières biologiques et recyclées.	Minimaliste	<ul style="list-style-type: none"> • Préfère éviter la consommation vestimentaire. • Son moyen central d'acquisition est sa marque de vêtements où elle se prend un (1) à trois (3) morceaux par saison pour lui faire la promotion. • Aborde l'importance d'entretenir et de maintenir ses vêtements.
CHARLOTTE <i>(elle)</i>	32	Franco-Canadienne	Chargée de projet en économie circulaire dans un centre de recherches et d'innovations de l'habillement. Anciennement propriétaire d'une boutique de mode pignon sur rue, puis d'une marque écoresponsable de sacs à main et de maroquineries en cuir tanné végétal.	Neutre et détaché au maximum de la mode	<ul style="list-style-type: none"> • Préfère éviter la consommation vestimentaire. • Ses moyens centraux d'acquisition sont les bazars, puis les marques canadiennes, québécoises et montréalaises de créateurs qu'elle connaît. • Elle coud ses vêtements et possède une expertise dans le cuir. • Elle s'engage activement dans la réparation de ses vêtements. • Aborde l'importance d'entretenir et de maintenir ses vêtements.
VICTORIA <i>(elle)</i>	25	Afro-Canadienne	Étudiante universitaire en marketing et relations publiques, puis possède un poste en relations publiques dans une agence représentant plusieurs compagnies de mode.	Vintage, sombre et créatif	<ul style="list-style-type: none"> • Adore la recherche de pièces de seconde main. • Ses moyens centraux d'acquisition sont les friperies, puis les plateformes de vente en ligne. • Aborde l'importance d'entretenir et de maintenir ses vêtements.
ADAM <i>(il)</i>	29	Arabo-Canadien	Conseillé dans une banque, puis travaille activement dans le développement de sa marque de vêtements.	Intemporel, confortable et utilitaire	<ul style="list-style-type: none"> • Exprime ne plus avoir le besoin de consommer davantage de vêtements. • Ses moyens centraux d'acquisition sont les friperies, puis les créateurs locaux. • Il fait également confectionner ses propres vêtements par un couturier personnel. • Démontre de l'entretien et de la maintenance actifs de ses vêtements.

CHLOÉ (iel/elle)	23	Afro- Canadienne	Créatrice de contenu mode, styliste et étudiante universitaire en éducation en vue de devenir professeur d'art plastique. Anciennement employée dans une friperie.	Éclectique, excentrique, maximaliste et <i>earthy</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Adore la recherche de pièces de seconde main. • Ses moyens centraux d'acquisition sont les friperies, puis les créateurs locaux, mais elle reçoit également des produits vestimentaires à travers son travail de créatrice de contenu.
YASMINE (elle)	22	Afro- Canadienne	Étudiante universitaire en relations industrielles, puis possède un emploi à temps partiel en recrutement. Elle est, dans ses temps libres, créatrice artistique, mannequin et styliste.	Diversifié, mélangeant les esthétiques <i>streetwear</i> , chic et <i>earthy</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Préfère ne pas dépenser dans les vêtements. • Son moyen d'acquisition central est les friperies. • Elle possède des connaissances de base en couture.
OLIVIA (elle)	28	Anglo- Canadienne	Fondatrice d'une marque de vêtements ancrée dans les principes de la Slow Fashion. Anciennement employée de la vente au détail pour une chaîne Fast Fashion.	S'établit sur deux spectres opposés : doux, féminin et délicat, puis brut, <i>edgy</i> et audacieux.	<ul style="list-style-type: none"> • Exprime ne plus avoir le besoin de consommer davantage de vêtements. • Ses moyens centraux d'acquisition sont les vêtements de sa marque pour lui faire la promotion, puis les friperies et les créateurs locaux. • Elle possède de fortes compétences en couture alors qu'elle crée ses propres vêtements. • Elle s'engage activement dans la réparation de ses vêtements. • Aborde l'importance d'entretenir et de maintenir ses vêtements.

Tableau 3.1 - Profil détaillé des répondants

3.3 L'approche analytique

Décrit par McCracken (1988 : 42, traduction libre) comme un « mouvement du particulier au général », le processus analytique se caractérise par une manipulation, une réduction, un tri, une reconstitution et une synthèse des données, soit la réalité vécue par les répondants, afin de générer « des connexions, des conclusions, des modèles, des cadres conceptuels et des théories » (Spiggle, 1994 : 492, traduction libre). Mobilisant l'approche développée par Spiggle (1994), l'étude s'engagea dans ce procédé par les étapes de la catégorisation, de l'abstraction, de la comparaison, du dimensionnement et de l'intégration.

En premier lieu, le stade de la catégorisation correspond à étiqueter des unités de données de sorte à résumer l'essence du passage sélectionné sous forme d'un mot, d'une phrase ou d'un paragraphe. Autrement dit, les récits des répondants furent lus, ainsi que scrutés, à maintes reprises afin de dégager les segments substantiels de ceux qui sont anodins, puis d'identifier, à travers ceux-ci, des catégories initiales de phénomènes sans se soucier de leur liaison (McCracken, 1988 ; Spiggle, 1994). Par la suite, l'étape d'abstraction prit place, soit la jonction, en catégories conceptuelles supérieures, des catégories empiriques aux spécificités communes identifiées dans les témoignages respectifs des participants (Spiggle, 1994). Par ailleurs, cette étape fut facilitée par les codes de couleurs attribués aux étiquettes semblant représenter le même concept lors du stade de la catégorisation.

Cela dit, l'abstraction réalisée, le processus d'analyse se poursuivit avec la phase de la comparaison, c'est-à-dire l'exploration des différences et des similitudes entre les constructions abstraites formées des divers témoignages (Spiggle, 1994). Générant des construits préliminaires, cette étape s'effectua à deux occasions, soit l'une à la suite des quatre (4) premiers entretiens. Notamment, la comparaison initiale fit émerger des thèmes tels que « *consommer moins* » et « *consommer de façon consciente* » ; le tout organisé autour de règles, techniques et fréquences de consommation, à savoir des propriétés identifiées à l'aide du dimensionnement des catégories conceptuelles. En sus, « *ralentir* » se présentant en outre à titre de thème central relié à l'acquisition dans les discours, cette étape de la comparaison enseigna d'explorer davantage ce concept, ainsi que sa manifestation dans d'autres types de comportements de consommation dans les entretiens subséquents.

En somme, le regroupement final des catégories d'intérêt s'effectua de la seconde comparaison et *dimensionnalisation* à l'ensemble des entrevues. À cet égard, la phase du

dimensionnement permet de distinguer les variations empiriques de ces dernières et, dès lors, d'étoffer leur signification conceptuelle (Spiggle, 1994). De surcroît, mobiliser les trois (3) composantes de la pratique lors de cette étape assura de rendre compte de leur incidence dans les propriétés des catégories édifiées. Enfin, une intégration, assistée par la création et l'usage de diagrammes, fut opérée et, ainsi, un cadre conceptuel construit à la suite de l'établissement des relations existantes entre les catégories définitives (Spiggle, 1994).

Chapitre 4 : Résultats

Ce chapitre illustre la mise en œuvre de la pratique de la Slow Fashion dans le quotidien des consommateurs qui l'adoptent et, plus spécialement, comment cette pratique influe sur leurs pratiques de consommation préétablies de la mode jusqu'à y devenir centrale. Cette mutation des pratiques de consommation vestimentaire prend un cheminement marqué de trois (3) phases, soit (1) la redéfinition d'une consommation vestimentaire légitime, (2) la mobilisation de stratégies d'acquisition vestimentaire consciencieuses, puis (3) l'apprentissage de techniques d'usage aux fins d'une consommation vestimentaire holistique. Ainsi, la première phase démontre comment, en remettant en question les normes contemporaines de la consommation vestimentaire, les participants aspirent à adapter leurs pratiques de consommation de la mode à la pratique de la Slow Fashion. Dès lors, la deuxième phase explore les tactiques sollicitées par les interlocuteurs afin de réduire et de ralentir leur consommation vestimentaire par l'entremise de choix durables et délibérés. Cette seconde phase incitant à une consommation de la mode au-delà de l'acquisition, la troisième et dernière phase révèle les nouvelles compétences développées par les participants afin d'optimiser la circulation de leurs pièces dans leur penderie. La figure 4.1 illustre les mécanismes compris dans ces phases ainsi que l'influence de la réforme des significations associées à la consommation vestimentaire et au vêtement dans leur déploiement. Somme toute, chaque étape ayant des retombées temporelles sur la suivante, les résultats exhibent la mise en application de la pratique de la Slow Fashion comme menant à la décélération de la consommation vestimentaire.

4.1 Redéfinition d'une consommation vestimentaire légitime : la consommation de mode rapide mutant d'une pratique normée à une pratique injustifiable

La présente section d'analyse illustre le processus par lequel la révision des significations associées à la consommation vestimentaire et, plus spécifiquement, à la mode et au vêtement résout les interlocuteurs à réaligner leurs pratiques de consommation de la mode de façon à les ancrer dans les principes la pratique de la Slow Fashion. Notamment, les participants viennent à concevoir la consommation vestimentaire telle que comprise dans deux modèles de consommation aux sens et aux conduites opposés. D'un côté, la Fast Fashion, à titre de modèle dominant, normalise l'affirmation de son identité par le biais d'une disposition rapide afin de tirer profit de la prolifération des styles (Gupta et *al.*, 2019 ; Thompson et Haytko, 1997). D'un autre côté, la Slow Fashion, en confrontant ce

standard, promeut une consommation vestimentaire réduite qui, axée sur la durabilité et l'utilisation continue d'articles de qualité, sollicite un esprit critique face à la nouveauté artificielle (Fletcher, 2007 ; 2010). Ainsi, exécutant préalablement leurs achats de mode dans les normes de la Fast Fashion, les données illustrent comment, pour adapter leurs pratiques de consommation vestimentaire à la Slow Fashion, les participants développent une compréhension des règles, des principes et des croyances qui gouvernent cette pratique, puis entreprennent des comportements d'achats conformes à ses fins.

4.1.1 Conscientisation à la matérialité : le vêtement comme indissociable à sa production

D'emblée, les données démontrent qu'orienter sa consommation vestimentaire en respect avec les principes de la pratique de la Slow Fashion requiert, en amont, une sensibilisation aux torts de l'industrie. De cette prise de conscience résulte une remise en question du système de production dominant de la mode et, plus notablement, une dépréciation de la volonté d'acquisition auprès de sources découlant de la Fast Fashion. En guise d'exemple, Alice explique comment être confrontée aux conditions de travail des industries textiles à travers le documentaire « *The True Cost* » l'incita à « *repenser [sa] manière de consommer et comment on devrait mieux agir envers tout ça* ». Déclenchant un point de non-retour, elle ajoute : « *c'est à ce moment-là que tout a changé pour moi et que j'ai arrêté d'aller magasiner dans les magasins de la Fast Fashion* ». Similairement, Chloé, en référence aux échos de l'effondrement du Rana Plaza, mentionne : « *être plus consciente de la situation m'a fait réaliser que la provenance de ces vêtements n'était pas ce que je voulais supporter* ». De ce fait, Victoria désigne la consommation vestimentaire durable comme tremplin permettant de s'affranchir du sentiment de culpabilité associé à la participation « *à quelque chose qui est vraiment destructeur* ». Renvoyant à la consommation consciencieuse, Olivia, propriétaire d'une marque de vêtements durable, révèle que bâtir une compagnie autour des principes de la pratique de la Slow Fashion était une « *direction évidente* ». Elle renchérit : « *en reconnaissant que l'industrie de la mode est l'une des industries les plus polluantes, je ne voulais tout simplement pas en faire partie et je n'aurais jamais pu me lancer dans quelque chose où j'aurais rendu le monde pire* ».

Tout cela considéré, ces derniers témoignages illustrent comment, médiée par l'accès facilité à l'information, l'actualisation des connaissances autour des conditions d'exploitation et des retombées environnementales de la Fast Fashion mute les compréhensions culturelles collectives de ce modèle et de sa consommation d'une

pratique normée à une pratique illégitime. Ce contrecoup de la sensibilisation à l'industrie se traduit particulièrement par une modification des significations associées au vêtement lui-même tandis qu'il vient à être perçu par les interlocuteurs comme indissociable de sa production. À cet égard, Adam définit le vêtement comme n'étant pas uniquement une image de mode, mais un média politique reflétant des idées et des valeurs :

Le vêtement, c'est une pièce, mais ça va au-delà des vêtements. C'est le commencement de quelque chose de politique pour faire valoir tes idées et tes valeurs. Alors, c'est beaucoup plus que des vêtements et c'est aussi où tu décides de placer ton argent. Les vêtements que tu achètes, ils ont été faits d'une certaine manière à un certain endroit et tous ces facteurs rentrent en jeu. Alors, ton argent a une valeur politique, il encourage un système. Maintenant, c'est à toi de choisir quel système tu veux encourager. Si tu encourages des boutiques locales, des friperies, la seconde main, c'est du Slow Fashion. C'est d'encourager quelque chose où tu peux retracer ton argent. C'est sa taille humaine. C'est d'être capable de te dire « là, j'ai payé cette personne pour cet article » et la transaction s'arrête là.

D'une part, Adam, en donnant du poids à la phase de production, témoigne que le vêtement est avant tout fabriqué et non simplement disponible à l'achat. D'ailleurs, en privilégiant les échanges commerciaux à taille humaine, ce participant illustre son désaccord envers les pratiques de la Fast Fashion qui, en plus de retirer le vêtement de sa production, floutent l'apport humain dans cette dernière. Tout compte fait, en égalant l'acquisition d'un vêtement et le système qu'il encourage, Adam dénote l'acclimatation du sens de sa consommation en respect avec celle de la pratique de la Slow Fashion. D'autre part, ce passage faisant référence à la responsabilité individuelle démontre que les participants se positionnent non pas comme des consommateurs passifs dans un système, mais comme des consommateurs complices au système. Notamment, Sofia soutient que « *le problème, ça part du consommateur. Si on se dit "on n'achète plus, on achète moins, on achète de manière écoresponsable", forcément que certaines marques vont devoir se remettre en question* ». Se tenant alors responsables, les interlocuteurs reconnaissent l'importance de l'adéquation de leurs actions dans la promotion des valeurs de consommation vestimentaire qui leur sont chères.

Ainsi, le vêtement, la production et la responsabilité de consommation étant liés, les participants s'accordant avec ce nouveau sens établi, viennent à se soustraire du modèle dominant. Plus particulièrement, la réforme des rhétoriques entourant le vêtement et la production occasionne un bouleversement à l'intérieur de la pratique de consommation vestimentaire à savoir, ici, le changement des provenances acceptables d'acquisition. Dès lors, les interlocuteurs réorientent les performances habituelles de leurs actes d'achats vers les modèles de consommation de la mode durable. Tandis que Adam donne en

exemple les boutiques locales, les friperies et la seconde main, Alice, sous la base que toute consommation de mode appuie à un système, mentionne aussi comment elle privilégie les achats de production éthique :

Pour moi, ce n'est pas assez de dire que tu es « eco friendly » ou que tu es « sustainable ». Il faut vraiment que tu prouves avec des preuves et que tu expliques où tes vêtements sont faits, avec quels matériaux, qui les fait, si les personnes sont payées adéquatement, si l'environnement est sain, etc. Donc, tout ça, c'est important pour une marque et, quand je consomme, je vais tout le temps regarder dans la section « *Notre histoire* » ou la section « *Durabilité* ». Je vais évaluer s'ils font du « greenwashing », si ce n'est pas un mensonge ce qu'ils disent et, à partir de là, je vais décider si je veux acheter de cette marque-là. Aussi, il y a le site *Good on You* qui est un annuaire pour les marques où [ils évaluent] comment la marque se repère en fonction des gens, de la planète et des animaux. Je trouve que si tu veux changer tes habitudes de consommation c'est vraiment un bon outil à utiliser quand tu vas magasiner et c'est ça que moi j'ai fait quand j'ai commencé.

Ce passage démontre comment adapter ses actes d'acquisition à ses croyances renouvelées à l'égard de la consommation vestimentaire engendre, dès lors, le développement de nouvelles compétences. Ici, Alice, par souci de mener à bien sa consommation vestimentaire, sollicite un cadre d'analyse strict permettant d'évaluer la véracité des prétentions des marques durables. Notamment, par une collecte motivée et volontaire d'informations par l'entremise d'outils tels que l'annuaire *Good on You* et les sections *Notre histoire* et *Durabilité* des sites de marques de mode, cette dernière se familiarise avec les détaillants et développe un esprit critique sur qu'est-ce qu'une réelle preuve de production durable. La formation d'un jugement vert s'inscrit d'ailleurs dans ce que Perera et al. (2018) réfère comme un *diagnostic de pratiques*, alors que statuer la *crédibilité verte* d'un commerçant en amont à la consommation demande l'évaluation de ses pratiques de production. Somme toute, ce discernement du « *greenwashing* » devient expertise, alors que s'appuyant d'entrée de jeu sur l'annuaire, Alice vint à développer des connaissances en matière de matériaux, de lieux de fabrication et de conditions de travail lui permettant de ne se fier qu'à son jugement pour prendre des décisions d'achat.

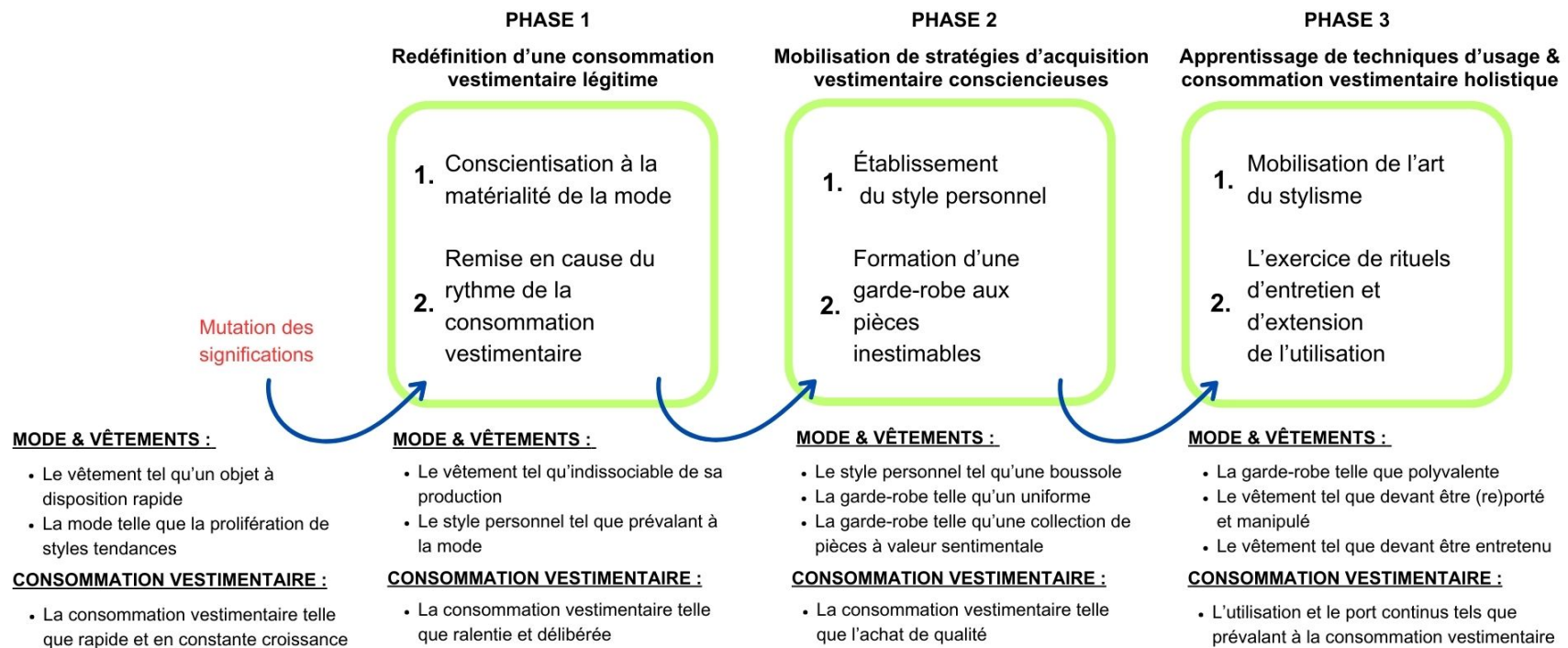


Figure 4.1 - La mise en application de la pratique de la Slow Fashion dans les pratiques de consommation vestimentaire.

4.1.2 Consommation décéléré et style : retour aux conceptions prémodernes de la mode
Cela dit, tandis que réassocier le vêtement à sa production entraîne une redirection des sources d'achat, ce segment reconnaît que le poids de la production engendre plus considérablement une remise en cause du réel apport d'une consommation vestimentaire en constante croissance. À cet égard, les données révèlent que l'engrenage de la consommation rapide de la Fast Fashion mène à discréditer cette norme d'achat dominante relayée par une production vestimentaire excessive. Poursuivant sa réflexion, Alice mentionne :

Si tu achètes chaque semaine quelque chose de nouveau, tu achètes en surconsommation, parce que ce n'est pas vrai que tu as besoin d'une nouvelle pièce de vêtement chaque semaine. Ce n'est pas normal. Puis, je trouve que c'est très lié au cycle de la Fast Fashion, parce qu'avant on n'avait pas autant de cycles de vêtement. C'était plus saisonnier. Tu avais une collection printemps-été et une collection automne-hiver. Maintenant, il y a de nouvelles collections chaque semaine ou toutes les deux semaines. Il y a 52 semaines dans l'année, c'est trop. Il y a un excès de vêtements qui se font produire.

Ici, cette participante déplore la temporalité du modèle de la Fast Fashion alors qu'elle explique l'évolution du rythme de sa production vestimentaire comme accélérant sa consommation. Notamment, l'offre désormais continuelle résultant de cette production engendre une fausse impression de devoir se procurer de la nouveauté ce qui, dès lors, mène à la surconsommation. Ainsi, pour Alice, prendre conscience de la temporalité accélérée de la Fast Fashion induit une vision illégitime de cette norme de consommation.

Se ralliant à cette conception, Charlotte, ancienne propriétaire d'une boutique de vêtements, explique comment devoir jouer dans les règles de l'art provoqua une vision péjorative de l'offre constamment renouvelée de la mode. De surcroît, elle exprime que de proposer continuellement de nouveaux produits aux consommateurs engendre à imposer une consommation ne répondant pas à de réels besoins :

J'ai commencé à étudier en développement durable alors que j'avais déjà la boutique et il y a eu cette espèce de culpabilité à participer à la société de consommation et de surconsommation qui s'est installée en moi et qui n'avait plus cette même énergie pour avoir une boutique. Coupable de mettre plus de produits sur le marché, d'imposer ces produits-là, d'imposer cette consommation-là à des gens qui n'en ont pas besoin pour faire des sous. Car, par la force des choses, pour faire de l'argent, il fallait que je vende. Puis, quand tu as une boutique de mode, tu n'as pas le choix de suivre les saisons et, pour gagner de l'argent, il faut que les gens achètent tout le temps. Donc, il fallait que je leur impose de nouveaux vêtements, alors que je savais très bien qu'ils n'en avaient pas besoin. Alors, c'est « push », « push », « push », « go », « go », « go », « achetez », « achetez », « achetez », mais au profit de quoi ? Qu'est-ce que ça t'apporte de consommer plus ? Es-tu plus heureuse ? À

quoi ça sert ? Au final, ça sert aux autres et non aux consommateurs de consommer plus de vêtements.

Cette réflexion de Charlotte appuie l'importance des émotions et des croyances dans l'établissement de conduites justifiables. Tout d'abord, la culpabilité ressentie face à son apport à la (sur) consommation par la tenue d'une boutique et son aversion envers la promotion et la subordination à l'achat perpétuel admet la germination d'un discours défavorable autour de la consommation incessante qui, en retour, mène à « *ne plus avoir la même énergie pour avoir une boutique* ». Par la suite, Charlotte, par son domaine d'étude qui solidifie ses valeurs de durabilité, avoue les actions requises pour la survie d'un commerce comme paradoxales au sens qu'elle accorde à la consommation vestimentaire. Celle-ci admettant d'emblée ne pas toujours posséder « *la garde-robe que [elle] aimerait avoir [puisque'elle] priorise le besoin à l'envie et le désir ; les deux [étant] éphémères* », fermer boutique n'est qu'une preuve additionnelle du poids des croyances dans la performance des pratiques.

Compte tenu de ce qui précède, Sofia, par son vécu en tant que propriétaire d'une marque de vêtements écoresponsables, approfondit le danger de la surproduction alors qu'elle explique que l'exposition constante à des styles renouvelés obscurcit le réel travail impliqué pour la marchandisation de ces derniers. Déplorant le cycle d'invention-acceptation-insatisfaction-invention menant à la disposition rapide (Fletcher, 2012), Sofia déclare que le temps d'utilisation d'un vêtement doit se faire en respect au temps impliqué pour sa réalisation :

Créer un vêtement, ça prend du temps. Il faut choisir une matière, il faut dessiner le vêtement, il faut le couper, il faut le coudre. Ce n'est pas quelque chose qui est censé se faire en trois minutes quinze. Donc, il y a tout le processus de création d'un produit, puis avant de se rendre du point A au point de vente, il y a énormément de personnes. Aussi, tu as la personne qui fait le marketing, tu as le photographe qui va prendre la photo du vêtement, tu as le mannequin qui va le porter, les gens qui vont s'occuper de planifier les médias sociaux, la publicité. Il y a vraiment, vraiment beaucoup d'étapes. Puis, tout ça me rappelle hier quand j'ai mangé le gaspacho de ma mère. Ma mère a mangé vite, vite, vite, et, moi, j'ai mangé doucement, parce que, moi, je fais ça dans le malaxeur pour que ça l'aille vite. Elle, elle coupe tous ses légumes et c'est tellement meilleur. Donc, je lui ai dit, il faut prendre au moins autant de temps à le déguster que le temps que ça lui a pris pour le fabriquer et, ça, c'est la même chose pour les vêtements. Alors, si je mets un vêtement une seule fois et qu'il s'en va dans ma garde-robe, c'est des ressources de gaspillées pour la planète.

Cette interlocutrice, armée de connaissances en matière de confection, de production et de commercialisation, démontre d'une compréhension pratique en ce qui a trait aux ressources nécessaires pour rendre une pièce disponible à l'achat. Cette sensibilité aux

prérequis de l'industrie lui inculque certes des savoir-faire, mais, plus notablement, des valeurs inhérentes à la pratique de la Slow Fashion telles que l'appréciation, la prise de conscience et la considération. Ces valeurs construisent non seulement la façon dont elle fait sens de la consommation vestimentaire – traduit ici par l'analogie à la façon dont sa mère engloutissait sa soupe – mais la performe. À cet égard, Sofia déclare que « tout ce que tu achètes en matière de vêtements que tu ne porteras pas 30 fois, c'est de la surconsommation en partant ». Faisant ainsi la promotion d'une consommation lente à travers un port répété, Sofia dévalorise le rythme d'acquisition de la Fast Fashion qui, conséquemment, entrave sa volonté d'adhésion.

En dehors de s'opposer à la consommation vestimentaire haletante promue par le rythme de marchandisation de la Fast Fashion, les interlocuteurs, tel que le laisse transparaître Charlotte dans son témoignage, exposent son apport social négatif. Notamment, en rétrospection à ses pratiques d'acquisition antérieures, Jade mentionne comment s'éloigner d'un système qui pousse au rachat constant par ses styles éphémères de piètres qualités permet de se libérer de la frustration et du stress que celui-ci lui engendrait. De ce fait, elle informe du cercle vicieux entraîné par le rythme de consommation proposé par le modèle dominant alors qu'elle mentionne : « *la Fast Fashion est dans la mentalité que, pour être à jour, il faut que tu suives des tendances qui sont impossibles, car plus tu les suis, plus, eux, ils vont produire, plus tu vas être en retard* ». Adam, adhérant à cette opinion, indique qu'« *être à la mode, c'est assez superficiel. C'est une course sans fin alors que ce n'est pas si sérieux. Des fois, les gens veulent se forcer dans les tendances au détriment de leur bien-être, sécurité monétaire et confort* ». Charlotte, de son côté, explique qu'elle « ne veut pas être victime de la mode » et qu'elle « *s'en fout d'être à la mode* », car si « *son style personnel repose sur ce qui est dans les magasins, il va tout le temps changer au fil du temps* ». Ainsi, en posant les consommateurs de la Fast Fashion tels qu'aliénés à une poursuite superficielle, ces témoignages présentent la mode et ses tendances comme causant des représentations identitaires instables qui, puisque sujettes à changement, contribuent au rythme de consommation accéléré. Corroborant ce point, Thomas exprime qu'un style personnel défini par les tendances dénote d'un laque de réflexion. Ainsi, il explique que « *la Slow Fashion c'est de trouver son style, parce que quand tu as ton style, tu n'as pas besoin de suivre les tendances* ».

Tout cela considéré, les données démontrent que prendre conscience du rythme contemporain de la consommation vestimentaire entraîne, chez les participants, une

mutation des compréhensions de la mode. De manière intéressante, en favorisant le style personnel à la mode, ces derniers déclinent les conceptions postmodernismes de la mode qui, à travers ses marchandises, produit des corps contraints à des catégories esthétiques (Faurichou, 1987). Plutôt, ils valorisent inconsciemment les concepts prémodernes où la beauté est représentée tel « un idéal de l'expressivité individuelle » (71 : traduction libre) et le vêtement tel média accentuant cette beauté incarnée. Plus encore, le style personnel se présentant tel qu'inconditionné aux tendances changeantes, les interlocuteurs dépeignent celui-ci comme permettant de synchroniser les pratiques de consommation vestimentaire avec le rythme de consommation ralenti de la pratique de la Slow Fashion. La section suivante détaillera plus amplement cette prémisse.

Somme toute, les pratiques étant ancrées dans des connaissances historiques et culturelles spécifiques, cette première tranche d'analyse démontre comment remettre en question et délégitimer les normes actuelles de la consommation vestimentaire aspire les participants à redéfinir ce que devraient être ses pratiques adéquates. Ainsi, se sensibiliser aux torts de l'industrie et porter un regard critique face à la croissance de la consommation de la mode se présentent comme des mécanismes desquels découle la mobilisation de la Slow Fashion à titre de pratique légitime sur laquelle faire reposer les pratiques de consommation vestimentaire. Plus particulièrement, le diagnostic des pratiques de production de l'industrie accorde une nouvelle signification au vêtement, soit celui-ci comme étant indissociable de sa production, ce qui, conséquemment, entraîne une redirection des sources d'achat. Parallèlement, se pencher sur la production caractérisant la Fast Fashion mène à une conscientisation aux pièges du rythme hâtif de sa marchandisation. Engendrant une rétrospection des compréhensions de la mode, l'achat selon le style personnel se présente telle une stratégie afin de se retirer de la consommation haletante. Ralentir l'acquisition devenant le nouveau motif des pratiques de consommation vestimentaire, la tranche d'analyse subséquente abordera plus explicitement comment la création et l'adhésion à un style personnel, juxtaposées aux règles et croyances de la Slow Fashion, permettent une adaptation à la temporalité décéléré de cette pratique.

4.2 La mobilisation de stratégies d'acquisition vestimentaire consciencieuses : vers une consommation de mode au-delà de l'acte d'achat

Précédemment, il fut démontré comment, combinées aux répercussions sociales et environnementales, les conceptions négatives associées aux cycles de production et de consommation prompts de la Fast Fashion résultent en un désir des participants d'ancrer leurs pratiques de consommation vestimentaire dans la Slow Fashion. Notamment, ces derniers envisagent cette pratique comme « *l'idée de consommer plus lentement, de pratiquer à consommer moins et de prendre des décisions plus conscientes* » (Alice). De même, « *le but général de la Slow Fashion [étant] que les vêtements durent et restent dans la garde-robe longtemps* » (Olivia), « *prendre le temps de choisir une pièce de vêtements [se présente comme] l'un de ses concepts et pratiques* » (Victoria). Ainsi, de manière à réduire et ralentir la consommation de mode par l'entremise de choix durables et délibérés, cette deuxième partie d'analyse explore l'achat de qualité, soit une stratégie d'acquisition qui, hormis la dimension textile, permet des achats cohérents avec le style personnel et les besoins envisagés.

4.2.1 De l'achat constant à l'achat délibéré d'articles de qualité

D'abord, les interlocuteurs admettent qu'alors même une substitution des provenances d'achat, transposer le rythme de consommation de la Fast Fashion sur des modes alternatifs de consommation reste une stratégie inefficace :

Si tu achètes en friperie, mais que tu achètes tous les jours, tu es quand même en train de faire de la Fast Fashion. Si tout le monde achète des vêtements tous les jours en friperie, ça revient à la même chose, car tu es quand même en train de consommer de façon excessive. Alors, c'est d'être dans cet état d'esprit où il vaut mieux avoir moins de vêtements de meilleure qualité, que d'avoir énormément de vêtements. (Jade)

La temporalité de la Fast Fashion traduit ici par la notion « *d'acheter tous les jours* », Jade démontre plus notablement sa compréhension du rythme de la consommation de la Slow Fashion en nuancant qualité et quantité de vêtements. Dès lors, en sollicitant une valeur inhérente à la pratique de la Slow Fashion qui, par le fait même, retire la pression du temps, celle-ci adapte sa consommation vestimentaire au-delà des sources d'acquisition.

Cela dit, procéder à l'achat de qualité est expliqué comme passant indéniablement par la « *qualité de matière* » (Sofia). Ainsi, les tissus, juxtaposés à l'habileté d'identification des consommateurs, se posent telle une caractéristique des vêtements causant ou limitant leur adhésion dans les pratiques de consommation. Déclarant cette stratégie

comme fondamentale, Adam affirme qu'« *avoir une consommation durable c'est d'apprendre à reconnaître un vêtement de qualité. Donc, d'apprendre à reconnaître les tissus, à regarder les étiquettes et à apprendre quelle composition à quelle signification* ». Ici, identifier la qualité requiert, de prime abord, le développement de compétences chez les consommateurs telles que la connaissance des différents tissus durables, de leurs propriétés, puis de l'incidence de leur proportion dans la composition. À cet effet, les participants stipulent les « *matières nobles* » (Thomas), soit les tissus de fibres naturelles, telles que leurs choix de prédilection et utilisent l'étiquette à titre d'outil lors du magasinage pour exercer leur identification. À ceci s'ajoute un savoir-faire tactile alors que Thomas et Yasmine mentionnent la sensation du vêtement au toucher comme permettant de distinguer la qualité : « *je veux sentir que le vêtement, lorsque je le touche, est bien réalisé tant au niveau de la couture que du tissu. Donc, qu'il ne se déchirera pas facilement et ne s'abîmera pas quand je le mets au lavage* » (Yasmine). De manière intéressante, les vêtements de seconde de main, par leur bon état après avoir été « *testés* » (Victoria), sont pareillement perçus comme des articles de qualité par les participants :

C'est de penser qu'il a eu une vie différente avant de me trouver tout en étant toujours en très bon état pour que je puisse encore le porter pour combien d'années plus tard. C'est un gage de qualité, car je peux encore l'acheter et le porter aujourd'hui. S'il existe depuis 15 ou 20 ans et qu'il est encore en bon état, c'est-à-dire qu'on le porte maintenant et qu'il ne s'effondre pas, cela me semble plutôt bien.
(Olivia)

Adjoint à la conception où la construction des vêtements était auparavant meilleure, ce dernier point rejoint la définition de la durabilité avancée par les interlocuteurs de Fuentes (2014), soit des produits dont la performance est stable malgré maintes utilisations et, équivalente à celle de produits plus récents.

Cela dit, en dehors des matériaux, les données expliquent l'acquisition de qualité telle que traduite plus considérablement par des achats cohésifs avec le style personnel et les besoins. La qualité étant, dès lors, également synonyme d'authenticité et de pertinence, les segments qui suivent détailleront comment l'établissement d'un style personnel mène à une consommation ancrée dans les besoins. Entraînant, en définitive, une diminution du rythme de la consommation vestimentaire, les sections illustreront en outre comment cette stratégie, conjointe aux modèles alternatifs de consommation de la mode, incite à une longévité d'utilisation par la valeur qu'elles induisent aux vêtements.

4.2.2 D'affiner son style personnel à une consommation de mode arrêtée aux besoins

Afin d'établir une liaison entre style personnel et consommation vestimentaire arrêtée aux besoins, le segment qui suit explorera, dans un premier temps, les tactiques menant à la formation d'un style propre. Une fois précisé, le segment démontrera comment ce dernier agit à titre de guide en vue d'acquisitions authentiques et pertinentes aux besoins.

4.2.2.1 Le style personnel à titre d'uniforme

Les données ayant, au préalable, démontré la remise en cause des représentations identitaires instables de la Fast Fashion, elles exhibent la création d'un style plus authentique comme résultant de processus réflexifs et coercitifs réalisés en amont et/ou en aval au magasinage. De prime abord, Victoria expose un procédé en amont, alors qu'exposée aux pratiques d'autrui en ligne, cette dernière apprend de nouvelles procédures pratiques (Warde, 2014) en termes d'habillement. Notamment, celle-ci explique comment effectuer la synthèse de ses inspirations prélevées sur les réseaux sociaux lui permet de fixer son style personnel :

Ça l'a vraiment commencé autour des réseaux sociaux où j'ai prélevé mon inspiration en regardant mes créateurs préférés, comment ils se démarquaient, à en apprenant sur les marques, en effectuant mes recherches sur Pinterest. Quand tu combines les photos que tu aimes ensemble et que tu les regardes d'un aspect général, c'est plus facile de dire « OK, je gravite vraiment autour de ça, ça j'aime moins, ça j'aime plus.

Ainsi, grâce à l'observation et l'analyse des pratiques d'habillement de ses créateurs préférés et d'autres sur Pinterest, Victoria a pu, par une coordination sélective avec les agencements et les choix vestimentaires qu'elle se sentait appelée à imiter et adapter, créer un style lui étant propre.

En revanche, Gabriel dévoile comment son immersion dans les friperies demanda de discerner son style personnel en aval. Jadis, cette dernière faisait appel à une couturière afin que ses vêtements achetés dans les magasins de la Fast Fashion soient modifiés de façon à concorder plus adéquatement avec la manière dont elle souhaitait les porter. Posant alors ce modèle comme contraignant l'individualité d'expression, son passage vers la consommation de seconde main renforce comment développer son style personnel se présente telle une possibilité allouée par la pratique de la Slow Fashion pour les interlocuteurs :

Quand tu magasines chez *Zara*, tu vas porter le linge qui est sur le mannequin, c'est eux qui décident la mode, c'est eux qui vont décider de ton look. Donc, ils créent un look et tu vas acheter ces pièces-là. Par contre, quand tu magasines dans des friperies, tu n'as pas de vitrines pour regarder les looks qu'ils font ou quoi que ce soit. Alors, tu n'as pas le choix de toi-même « mix and match » les pièces, trouver c'est quoi les couleurs que tu aimes, les motifs que tu aimes, c'est quoi les silhouettes que tu aimes. Donc, c'est quand que j'ai vraiment commencé à magasiner dans les friperies que là j'ai pu découvrir c'est quoi mon style.

D'entrée de jeu, regroupant sous le même toit un mélange éclectique d'items aux styles et époques variés, les friperies se présentent tel un lieu dépourvu d'images directrices forçant les consommateurs dans un processus de réagencement. Conséquemment, Gabriel, dans cette perception de (re) prendre le contrôle de son apparence par l'entremise de la mode durable, voit ses pratiques d'achat imprégnées de nouvelles compétences réflexives. En effet, se libérant d'une sélection quelque peu imposée, celle-ci se doit de (ré) apprendre ce que sont ses attributs essentiels pour un vêtement par une évaluation consciente du motif, de la couleur et de la silhouette de ces derniers. Dès lors, le passage de Gabriel expose que les vêtements ne sont pas simplement manipulés dans la pratique, mais que leur matérialité amorce le développement d'un style personnel. Plus spécifiquement, la dimension conceptuelle (voir Zanette et *al.*, 2022) de ces derniers entraîne la formation de significations individuelles de goût qui, transmises à travers de nouveaux savoir-faire en termes d'agencement, mène Gabriel à l'établissement d'un style propre à elle.

Parallèlement, le parcours de Adam en matière de style personnel illustre bien comment ce processus mène à sa stabilisation. Ayant antérieurement affiné ses goûts au niveau des coupes et des proportions par l'entremise d'une méthode essai-erreur en friperie, celui-ci stipule que « *le chemin que tu fais en termes de style est quelque chose qui va rester* ». En ce sens, le style personnel développé à l'origine par la matérialité des vêtements dicte désormais quelle dimension conceptuelle ces derniers se doivent de posséder pour être intégrés dans la penderie. À cet égard, Adam démontre extrapoler l'esthétique affirmée de son style personnel à l'ensemble de sa garde-robe alors qu'il définit celle-ci tel un uniforme :

Adam : J'ai beaucoup cette idée d'uniforme, de dire « OK, ce pantalon me représente, donc je vais en avoir trois ou quatre de la même coupe et ça va être mon pantalon à porter toute la semaine ».

Interviewer : Donc, l'uniforme c'est ton habit type pour telle gamme de vêtements ?

Adam : Oui, puis dans cette même catégorie, j'ai des vêtements tout neufs et j'ai des vêtements que j'ai trouvés en friperie. Par contre, quand tu as une vue d'ensemble, c'est cohérent. Il y a vraiment une cohérence dans ma garde-robe. Donc, c'est

d'identifier les couleurs et les coupes qui te vont. Puis, je pense qu'une fois que tu as trouvé ça, tu construis, mais tu restes dans ton créneau.

Renchérissant sur ce nouveau sens accordé à la penderie, Victoria explique : « *idéalement, j'aimerais me créer un uniforme dans le sens où si tu vois une silhouette dans ce style de pantalon, de souliers, de veston, etc., tu sais que c'est moi. Ça serait la version idéale de ma garde-robe* ». Ainsi donc, le style personnel stabilisé permettrait l'atteinte d'un idéal de cohérence dans la garde-robe où chaque pièce qui y rentre adhère au créneau du dit style. En définitive, ces participants, en posant le concept d'uniforme telle une fondation pour construire la garde-robe, jettent les bases du style personnel comme ligne directrice de l'acquisition de mode.

4.2.3 Le style personnel à titre de boussole pour l'achat de pièces authentiques

Jusqu'à présent, cette section d'analyse a démontré comment, dans une volonté de synchroniser la cadence de leurs pratiques de consommation vestimentaire à celle promue par la pratique de la Slow Fashion, les interlocuteurs viennent à privilégier les achats de qualité aux achats constants. Cela dit, la qualité n'étant pas uniquement évaluée sur la base du textile, les participants expliquent l'établissement d'un style personnel comme menant à des acquisitions authentiques et pertinentes aux besoins.

En regard à cette prémisse, Olivia explique que « *comprendre son style personnel fait partie de la Slow Fashion, puisque tu ne finis pas par acheter tout ce que tu aimes sur le moment, car tu ne l'aimeras peut-être plus dans deux semaines* ». D'autre part, Alice, malgré n'avoir encore atteint la forme stabilisée de son style personnel, mentionne que « *ça [l]'aide beaucoup à [se] repérer et voir ce qui [lui] manque dans [sa] garde-robe si jamais c'est le cas* ». Développant d'autant plus sur le style personnel comme une habilité pour contrôler les achats, Victoria précise que :

Ça m'a permis d'avoir un plus grand pouvoir décisionnel alors que je sais que mon achat va être basé sur le fait que je vais le porter pour tel nombre d'années ou pour la façon dont il me permet de me représenter. Tu passes moins de temps à tomber dans les tendances et dans ce que tu penses que les autres veulent. Tu laisses moins de temps à répondre à tes pulsions et tu passes plus de temps à te concentrer sur tes besoins. Puis, ça améliore ma rapidité quand je vais dans un magasin. Je suis plus confortable à feuilleter plus rapidement, car je suis tellement certaine de ce que j'aime. Et, ce n'est pas restrictif. On peut penser que c'est restrictif de vouloir rester coller à un style, mais ça ne fait que démontrer que tu laisses les choses que tu sais vraiment que ce n'est juste qu'un coup de tête de côté pour te concentrer sur les choses que tu aimerais développer.

D'abord, Victoria, en déclarant être « *plus confortable à feuilleter plus rapidement, car elle est tellement certaine de ce qu'elle aime* », pose l'établissement d'un style personnel telle une compétence permettant de résister aux tactiques de vente communiquées par le visuel et le personnel lors du magasinage (voir Fuentes, 2014). Notamment, à travers les lignes de son témoignage se dessine une analogie entre le style personnel et la boussole, alors que le premier outille les participants de manière à faire fi des tentations pour se recentrer sur ce qui aura réellement une place valable dans leur penderie. Ainsi, par un magasinage aiguillé et minutieux occasionnant une certitude d'achat, cette participante perçoit cette pratique comme directrice, plutôt que restrictive.

Tout cela considéré, Victoria, en attestant savoir que son « *achat va être basé sur le fait qu'elle va le porter pour tel nombre d'années* », appui l'interdépendance des objets et des agents dans la contrainte ou le soutien des pratiques, puisque la force de la cohésion entre l'item et l'acquérant influencera la durabilité et, par conséquent, la fréquence des achats. En ce qui a trait à l'évaluation du poids de cette affinité entre le consommateur et le vêtement, les interlocuteurs s'arment d'une règle de nombres d'agencements pour établir la validité de leurs achats. Notamment, ces derniers, lors du magasinage, s'imposent arbitrairement une quantité minimale de ports nécessaires afin de prescrire leurs acquisitions comme bien-fondé. Autrement dit, cette règle de la pratique différenciée à l'interne contraint ce qu'est un choix adéquat, guidant alors les participants vers une consommation vestimentaire minimisée, soit la finalité de la pratique de la Slow Fashion. En guise d'exemple, Chloé clôture ces séances en friperie comme telles : « *à la toute fin, je réfléchis à si je peux au moins trouver quatre ou cinq tenues qui me plaisent beaucoup avec l'article. Si je peux ou non, c'est ce qui détermine habituellement si je vais le prendre* ». Similairement, Alice, affirmant se donner des règles lorsqu'elle magasine, décrit une pièce qu'elle ne peut habiller plus de cinq fois comme un achat non rentable.

De toute évidence, cette technique nécessitant de visualiser, à partir de sa penderie, une variété de combinaisons nécessite une bonne connaissance de cette dernière afin d'y insérer des articles complémentaires. À cet égard, Thomas explique : « *puisque je connais bien ma garde-robe entre guillemets, je sais que si j'achète un item de ce ton-là ça va très bien aller avec ce que je porte déjà* ». Parallèlement, Gabriel mentionne « *se rappeler un peu de ce qu'il a à la maison* » lorsqu'il est face à des articles qui lui plaisent. Tout compte fait, cette tactique greffée aux pratiques de consommation de la mode s'allie à un processus créatif de manière à multiplier le port d'une pièce. Ce point étant d'intérêt, celui-ci sera abordé plus en profondeur dans la dernière portion d'analyse.

Cela dit, les données démontrant certes l'acquisition de pièces significatives comme soutenant leur intégration dans les pratiques d'habillement, allonger le processus menant à l'achat de ces items représentatifs s'impose telle une stratégie adjointe pour certifier la congruence au besoin. D'entrée de jeu, il est judicieux d'évoquer le cas d'Olivia qui décrit son style personnel tel que la fusion de deux catégories de style de mode opposées. Plus particulièrement, elle explique :

Il y a une partie de moi qui aime le « *college core vibe* » et qui veut être douce, féminine et délicate. Par contre, il y a une autre partie de moi qui aime les pièces surdimensionnées et plus audacieuses, puis veut ressembler à une « *badass* » avec des pièces « *hardcore* » et métalliques.

Cela dit, alors qu'un style nuancé pourrait être enclin à accroître la consommation vestimentaire, Olivia, animée par ses valeurs de durabilité, affirme : « *je n'achète pas des articles seulement pour le plaisir, je le fais avec intention* ». En ce sens, elle révèle :

En ce moment, je souhaite me procurer des ballerines. C'est quelque chose que j'ai en tête, mais j'attends de trouver la paire qui me convient. Donc, il me faut du temps avant de m'engager, car j'ai besoin de trouver quelque chose qui correspond à toutes les caractéristiques de ce que je veux. Je ne suis alors pas pressée d'acheter quoi que ce soit.

Ici, les ballerines s'inscrivant dans l'esthétique « *college core vibe* » caractérisant le style personnel d'Olivia, le passage met bel et bien en évidence le fait de se projeter à acquérir un item y étant cohésif. Toutefois, la concordance avec le style ne se présente pas comme unique critère de validité tandis que les caractéristiques de l'item se doivent d'être également congruentes à celles du besoin envisagé. Autrement dit, *acheter selon ses besoins* s'imposant telle la conduite adéquate pour réaliser la pratique de la Slow Fashion, les objets vestimentaires sont mobilisés dans les actes d'achats que s'ils permettent d'accomplir cette conduite justifiable. Renchérissant sur ce point, Jade mentionne :

Quand je magasine, c'est comme « OK, dans les deux prochaines semaines, je vais me trouver une jupe ». Donc, je ne veux pas qu'une jupe m'achète, je ne veux pas tomber en amour avec un morceau. Je veux l'avoir dans ma tête, savoir exactement ce que je veux et puis sortir. Comme ça, si je vois quelque chose qui n'est pas trop ça, je ne vais pas me dire « je voulais une jupe, voilà une jupe, je l'achète ».

Compte tenu des passages précédents, privilégier l'adéquation d'un article à l'accessibilité de celui-ci pose les besoins vestimentaires comme latents, puisque, bien que désirés, leur acquisition n'est pas nécessairement immédiate. Tout au contraire, les participants, en forgeant une vision spécifique pour leur(s) besoin(s) de mode, subviennent à ces derniers dans une optique de lenteur, alors qu'ils parviennent à des choix minutieux basés sur la

recherche de la pièce parfaite, sur la patience pour trouver cette dite pièce, puis sur l'évaluation de ses composantes. Dès lors, prônant un consommateur réfléchi plutôt que passif, cette technique d'achat se pose telle une stratégie additionnelle des interlocuteurs afin d'inscrire leurs pratiques de consommation vestimentaire dans la pratique de la Slow Fashion. Plus particulièrement, l'adoption d'un tel processus génère de véritables achats d'utilité qui, par conséquent, diminue le rythme de la consommation vestimentaire, car un besoin adéquatement répondu n'impose pas d'acquisitions supplémentaires. À cet égard, Chloé explique :

Tu n'es pas obligé d'acheter chaque article jusqu'à ce que tu trouves celui qui te convient, car tu auras alors tous ces jeans par exemple et tu ne porteras que celui que tu aimes vraiment. Donc, plus tu es patient, plus tu trouveras exactement ce dont tu as besoin. Et, c'est ce qui rend la pièce plus spéciale du style « wow, j'ai fait tout ça, je suis venu en friperie cinq fois auparavant, je ne l'ai pas trouvée et, maintenant, je l'ai trouvée! ». Donc, parfois, l'attente est assez excitante, parce que je sais que quand je trouverai l'item, je vais être si heureuse et je vais aimer ce que j'ai trouvé ».

Ici, l'excitation en prévision d'acquérir la pièce optimale, la satisfaction ressentie face au but atteint ainsi que le caractère « *spécial* » accordé à cet item à la suite de sa trouvaille exposent l'attente, la recherche et la persévérance nécessaires à cette technique d'achat telles qu'entraînant une expérience valorisante pour cette participante. Sur la base de cette prémisse, le segment qui suit explore comment, conjointes aux stratégies de consommation des interlocuteurs (c.-à-d. l'achat d'items cohérents avec le style personnel et les besoins projetés), les spécificités des modèles alternatifs d'acquisition bonifient les émotions associées à une lenteur de sélection et d'achat, puis, par conséquent, l'affection accordée aux pièces sélectionnées.

4.2.4 La complicité des modèles alternatifs dans l'achat de pièces à valeur sentimentale

D'emblée, les modèles alternatifs de consommation sont décrits par les participants tels qu'opposés aux canaux de distribution traditionnels de la Fast Fashion, puisque, propres à la Slow Fashion, ils proposent des pièces originales et limitées en quantité. Notamment, Yasmine mentionne :

Si le Fast Fashion est tout ce qui est les grandes chaînes d'approvisionnement, les grands magasins, puis des centaines et centaines d'exemplaires, alors le Slow Fashion est le contraire. Donc, ce sont les friperies, ou confectionner soi-même ses vêtements ou les petites marques, donc les marques et les designers locaux, car leurs pièces sont vraiment uniques et en plus petit nombre.

Cela dit, les données exhibent les singularités de ces divers modèles telles qu'accroissant, d'un, le délai d'acquisition prescrit au préalable par l'achat d'items pertinents pour et authentiques à la garde-robe et, de deux, telles qu'accroissant l'engouement de dénicher la pièce parfaite. En guise d'exemple, Victoria exprime avoir un plus grand attachement envers ses pièces de seconde main en raison de la recherche épuisante et exaspérante qui caractérise les séances de magasinage en friperie :

Ce n'est pas toujours évident de chercher vraiment longtemps pour une pièce. Ce n'est pas dans la simplicité, puisque c'est beaucoup de recherche et toutes les tailles ne sont pas disponibles. Aussi, c'est épuisant, parce que dans un *Zara*, un *Cos* ou un *H&M*, il y a beaucoup plus de chances que tu trouves ce que tu désires, même si c'est très spécifique. Donc, en friperie, en seconde main, c'est plus un « *if you're lucky type of experience* » et ça peut être épuisant, mais aussi très exaspérant. Par contre, j'adore comment je me procure les vêtements que j'ai. J'aime que ça m'ait pris tellement de temps à trouver un vêtement que je suis vraiment confortable à porter. Je trouve que c'est très gratifiant. Puis, c'est plus palpitant, l'expérience est plus palpitante. Plus je mets du temps à penser sur ce que je vais acheter, plus je suis satisfaite avec mon achat. Puis, j'ai beaucoup plus de plaisir à montrer mes pièces de seconde main, car il y a plus de pensées derrière le processus que seulement quand tu vas chez *H&M* et que tu prends le premier pantalon que tu vois. Ou, d'avoir seulement magasiné chez *Zara* par exemple et de ne pas réaliser combien d'efforts ça demande pour toi de pouvoir acheter ce soulier ou pour toi de porter ce soulier. Donc, j'ai beaucoup plus d'attachement envers ces pièces-là. Dans un certain sens, je donne plus de valeur du style « wow, ça m'a pris tellement pour trouver ce soulier, je l'adore ! » Dans le sens que si je l'aime autant que ça, je vais le garder, je vais m'assurer de l'entretenir.

Ce riche passage de Victoria met en évidence les significations renouvelées de la consommation vestimentaire qui furent abordées en début d'analyse. D'une part, en contrastant l'acquisition en friperie de celle dans les canaux de distribution traditionnels, cette dernière appuie le vêtement tel qu'insociable de sa production. De prime abord, cette conviction est attestée alors que le magasinage ardu de la seconde main, par le taux de recherche élevé et la limitation des tailles disponibles, est défini par Victoria telle une expérience « *plus palpitante* » et « *gratifiante* ». À cet égard, Alice explique ses séances en friperie comme une « *chasse au trésor* » et Gabriel, similairement à Chloé, mentionne « *l'excitation de trouver LA pièce qui va [la] faire se sentir bien* ». Ainsi, ces conceptions favorables envers l'achat de seconde main valorisent le « *coup de chance* » de mettre sa main sur la pièce désirée et engendrent une vision péjorative de la simplicité d'achat caractérisant les magasins de la Fast Fashion. Plus spécifiquement, Victoria décrit cette consommation accessible telle que non consciencieuse, tandis qu'elle ne permet pas de rendre compte du travail requis pour la marchandisation des produits. Conséquemment, volontairement mettre temps et efforts pour dénicher une pièce se présente, pour cette

dernière, telle une démonstration de sa compréhension du temps et de l'effort demandés pour la production d'un vêtement. De ce point de vue, Victoria, en attestant être plus satisfaite et fière de ses achats de seconde main en vertu du processus réflexif, de l'attente et du caractère imprévisible de ce modèle alternatif, appuie la dépréciation d'une consommation de mode constante. Notamment, en jugeant ses acquisitions comme des accomplissements, cette dernière perçoit ses vêtements comme des pièces de valeur qui méritent d'être gardées et entretenues ce qui, parallèlement, trace la voie vers un port et une utilisation prolongés.

La complexité associée aux achats de seconde main faisant certes naître chez les participants une affection plus considérable à l'égard de leurs acquisitions, les données rapportent l'unicité des items disponibles en friperie comme complice de ce phénomène. Alors que les friperies procurent une expérience de magasinage inusuelle, les pièces disponibles s'y trouvant qu'en un seul exemplaire se présentent telles la cause de cet exercice ardu. Par ailleurs, Adam explique que « *c'est ça le jeu avec la friperie ; la pièce est là aujourd'hui et, demain, elle ne l'est pas* ». Cela dit, tandis que l'unicité des pièces pourrait se révéler une barrière, cette spécificité de ce modèle alternatif de consommation s'installe à titre de plus-value, alors que les interlocuteurs perçoivent ces articles exclusifs comme participant à la création d'une identité individuelle distinctive. Faisant écho à la volonté des participants de ne pas se contraindre à l'offre dictée et homogène de la Fast Fashion, cette notion d'exclusivité est avancée telle que concrétisant un style propre à soi grâce à l'appropriation de pièces singulières. Comme l'explique Victoria : « *ça me permet de m'approprier quelque chose à ma façon, car je sais que l'item est plus difficile à trouver et que ce n'est pas tout le monde qui peut l'avoir, puisqu'il n'est pas de grande surface* ». À ceci Chloé ajoute : « *il y a cette fierté d'être la seule à posséder cette pièce. Ça rend les choses plus personnelles, car jamais je n'irai quelque part et ressemblerai exactement à quelqu'un* ». Conséquemment, la fierté auparavant associée à la recherche exhaustive pour dénicher les pièces désirées se retrouve accentuée par la satisfaction de trouver des « *pépites* » (Victoria) donnant lieu à un style unique où « *même si [tu] croises des personnes bien habillées, il n'y a personne qui aura [ton] morceau à [toi]* » (Jade).

Dès lors, l'unicité émergeant telle une valeur de consommation centrale à contre coup de l'assimilation des principes de la pratique de la Slow Fashion, les interlocuteurs ayant l'habileté de coudre énoncent confectionner ses propres vêtements comme un moyen additionnel afin de se procurer des pièces authentiques et originales. Notamment, ce modèle alternatif de consommation, étirant à coup sûr le délai d'acquisition en raison

d'une production active, occasionne, selon Charlotte, des créations à grande valeur émotionnelle :

Interviewer : Pourquoi est-ce durable que ta mère fasse ses propres vêtements?

Charlotte : D'un, parce qu'elle ne les jette pas, elle garde les vêtements qu'elle se fait. C'est une fierté. De deux, tu n'encourages pas l'industrie de la Fast Fashion. Tu fais ton propre vêtement, tu prends ton temps pour faire ton vêtement et, donc, tu ne demandes pas à quelqu'un d'être sous-payé juste parce que tu as envie d'avoir quelque chose d'autre. Ce n'est pas la mode au détriment des autres, ce sont mes capacités, c'est moi, avec mon temps, je paye mon morceau de vêtement. Troisièmement, il y a cette conscience-là de faire quelque chose qui va être original et que personne ne va avoir. C'est une thérapie, puis ça augmente l'estime de soi, ça te rend fier, parce que c'est toi qui vas l'avoir fait. Tu vas trouver ça beau, tu vas faire « wow, c'est moi qui ai fait ça ». Moi, je vais l'aimer, parce que je vais avoir mis du temps dedans. Je vais être fière, fière de le porter. Donc, pour moi, c'est durable.

D'entrée de jeu, pour Charlotte, élaborer soi-même ses habits se présente telle une opportunité d'affirmer ses valeurs de durabilité, d'une part, et son désaccord envers les pratiques de la Fast Fashion d'autre part. D'ailleurs, en faisant appel à ses « capacités », puis son « temps », plutôt que de « demander à quelqu'un d'être sous-payé », celle-ci, déclarant être « l'élève qui a dépassé le maître », atteste avoir le niveau de compétence nécessaire pour adosser son acquisition vestimentaire. Dans un second temps, en dehors de sa justification éthique, s'engager dans un processus créatif requérant de la ténacité ainsi que des habilités conceptuelles, manuelles et esthétiques, se traduit comme une expérience enrichissante. Alors que Charlotte évoque l'effet thérapeutique et la hausse de l'estime de soi accompagnant la confection de vêtements, Adam mentionne « se sentir utile en voyant une idée prendre forme matériellement ». Plus encore, Jade déclare que : « si tu vois un morceau, puis que tu es trop grande, trop petite, que tu aurais aimé ça plus court, plus long ; savoir que tu peux le faire, le modifier à ta façon, ça donne un pouvoir incroyable ». Ainsi, similairement à l'achat de seconde main, le sentiment d'autonomie, puis la satisfaction envers le fruit de son travail, génèrent une fierté à l'égard des pièces uniques créées, ce qui, sur la base du témoignage de Charlotte, motive un port et une utilisation prolongés. Parallèlement, il est intéressant de noter que, lorsque ne sachant coudre, faire appel aux compétences de designers locaux mène également à cette finalité tandis que Chloé explique : « j'aime me tourner vers l'achat local, car, souvent, je peux demander mes mensurations et faire personnaliser les pièces. C'est très personnel, car personne d'autre n'aura cet item. Donc, ça m'incite à m'y accrocher davantage et à le garder ».

4.2.5 Création de liens affectifs : la garde-robe telle une collection de pièces inestimables

Tout cela considéré, vouer temps et acharnement à la recherche ou à la confection de pièces exclusives suscite, certes, de l'affection envers celles-ci, mais, plus notablement, traduit l'idée de s'en défaire telle qu'ennuyeuse ou même improbable. Dès lors, ce dernier segment met en évidence comment le contentement envers sa garde-robe entraîne une propension pour le port répété et, conséquemment, une diminution de la consommation vestimentaire. De prime abord, Olivia marque ce processus alors qu'elle mentionne :

Mon placard est immense maintenant, parce que je ne veux pas me débarrasser de quoi que ce soit. Donc, je ne sais pas quelle sera ma prochaine étape... Probablement un sac sous-vide sous mon lit [rires]. Non, mais, plus sérieusement, puisque j'ai collectionné plusieurs morceaux par le passé, j'ai l'impression que ma garde-robe se transforme en une collection de pièces dont je ne me débarrasserai jamais. Il y a cet attachement émotionnel, car mes vêtements ont trop de valeur pour moi. Ce sont des pièces qui sont toutes remplies de valeurs, car elles sont rares et spéciales, puis je ne sais pas si je pourrai un jour les retrouver. Par exemple, le manteau que je porte aujourd'hui, on peut certainement dire qu'il date des années 80. C'est à moitié un « *puffer jacket* » et à moitié une veste de cuir avec des détails brodés à l'intérieur. Donc, c'est quelque chose qui ne peut être facilement remplacé. Puis, à cause de cette situation de placard, je n'ai pas tout le temps besoin d'aller magasiner et je suis contente de ce que j'ai pour l'instant. En fait, j'en suis à un point où je possède presque tout ce que je voulais posséder, donc le reste est en quelque sorte extra. À vrai dire, la seule façon pour une pièce d'entrer dans ma garde-robe est si je pense qu'elle a suffisamment de valeur pour y être.

Avant toute chose, la description d'Olivia en regard du manteau qu'elle porte illustre comment l'attention aux détails anime ses achats vestimentaires. Or l'accessibilité, celle-ci évoque l'année de fabrication, les détails artisanaux, le mélange de tissus, puis la juxtaposition de styles comme caractéristiques conférant à un vêtement son caractère unique, rare et, dès lors, irremplaçable. Extrapolant d'ailleurs la notion de rareté à l'ensemble de sa penderie en raison des morceaux singuliers s'y étant additionnés au fil des années, Olivia pose sa garde-robe telle une collection de pièces de valeur dont la séparation est inconcevable. Évoquant même l'idée de sacs sous-vide afin de conserver ses pièces, cette interlocutrice démontre comment, joints à l'exclusivité des modèles alternatifs, des achats méthodiques axés sur le style personnel et les besoins mènent à valoriser chacune des pièces de sa garde-robe. Plus encore, en affirmant avoir un faible besoin ou même désir d'ajouter des items à sa penderie, Olivia corrobore le poids de ces pratiques de consommation vestimentaire dans l'atteinte des aspirations de la pratique de la Slow Fashion. Ayant graduellement fortifié son contentement à l'égard de ses possessions vestimentaires, cette participante appuie une consommation de mode réduite axée sur la durabilité et l'utilisation continue.

L'utilisation continue s'implantant également à titre de valeur de consommation pour Chloé, le passage subséquent de cette interlocutrice est une preuve supplémentaire d'une consommation de mode s'achevant sur les principes de la pratique de la Slow Fashion. Stipulant que les vêtements doivent être essentiellement reportés, celle-ci explique :

Chloé : Il faut véritablement aimer ce que l'on porte. C'est très important d'être lié à nos vêtements.

Interviewer : Puis, parce que tu aimes tellement tes vêtements, est-ce que ça te pousse à les porter plus souvent et à les garder plus longtemps ?

Chloé : Totalement ! J'ai tellement de mal à me débarrasser de mes vêtements, même si je les ai déjà portés tellement de fois, parce que je suis tout simplement trop connectée à eux. J'ai porté mes pièces tellement de fois, parce que je les adore et c'est à ça que servent les vêtements. On devrait aimer tout ce qui se trouve dans notre garde-robe, puis il faut avoir une bonne énergie connectée à nos vêtements, car c'est ce qui fait qu'on se sent bien. Donc, je pense que c'est vraiment important.

D'emblée, en préconisant d'« *aimer tout ce qui se trouve dans notre garde-robe* », cette interlocutrice traduit privilégier des achats concordants à son style et ses besoins. Dès lors, en référant à des émotions telles qu'« *être lié* », « *être trop connecté* », « *adorer* », « *se sentir bien* », Chloé sous-entend, d'une part, posséder une garde-robe la représentant et, d'autre part, puisqu'opiniâtre à garder ses items, faisant partie de son identité. Ses sentiments rattachés aux pièces ayant pour effet de poser le port fréquent comme une évidence, cette participante affiche adhérer à la vision de la pratique de la Slow Fashion.

Cela dit, Victoria démontre au surplus l'incidence « *d'aimer véritablement ce que l'on porte* » sur le port, alors qu'elle avance :

Avant, je m'habillais pour les autres. Il n'y avait rien qui sortait du lot, c'était une façon de me fondre dans la masse. Donc, je suis passée de m'habiller pour les autres ou mon groupe d'amis juste pour m'intégrer à « *je l'aime, je vais le porter* ». Alors, je suis devenue à l'aise de reporter mes vêtements encore et encore quand j'ai pu valider ce que j'aimais vraiment de ma garde-robe. Maintenant, je suis vraiment plus confortable de reporter plusieurs looks plusieurs fois.

Corroborant la plus-value inéluctable d'établir un style personnel et d'y adhérer, cette participante énonce faire le saut dans une consommation authentique tel qu'entraînant d'être plus assumé dans ses vêtements et, par conséquent, enclin à un port répété. D'ailleurs, en poursuivant sa pensée, Victoria révèle qu'attribuer une pièce à une seule occasion et, donc, de poser des barrières sur le moment de son port, « *crée une relation toxique* » et une dissociation avec cette dernière. De surcroît, elle mentionne :

Le moins souvent que tu portes tes vêtements, donc seulement pour aller là, ou faire ça ou cette occasion, donc que tu ne les portes pas souvent, le moins que tu connectes avec eux. Moi, je me sens confortable dans le vêtement que je porte, peu

importe la situation, puis je veux que mes vêtements me représentent plus que tout. Donc, c'est pour ça que je me pousse à remettre mes vêtements de plusieurs façons différentes, « *to style them up, style them down* ». Je trouve que c'est là que tu es plus confortable avec ton style.

Accentuant ici la plus-value d'un port fréquent, Victoria explique comment constamment expérimenter avec et adapter ses vêtements à diverses situations permet de réellement développer une connexion avec ces derniers. Par conséquent, bien que préalablement sélectionné en regard du style personnel, ce n'est qu'un vêtement moulé aux spécificités du quotidien, et, donc, imprégné du soi, qui, pour cette interlocutrice, dénote une vraie appropriation. Tout cela considéré, une corrélation peut être établie entre *être connecté à ses pièces* et *désirer (re) porter ces dernières*, puisqu'un port itératif solidifie le lien entre l'item et son titulaire, tandis que le lien créé induit un attachement qui motive le port répété. Ainsi, il y a une volonté de répéter le port pour que les vêtements nous représentent et parce qu'ils nous représentent.

Fondamentalement, la pratique de la Slow Fashion valorise l'utilisation plutôt que l'achat de mode. À ce sujet, Charlotte stipule que « *la façon d'être le plus durable, c'est de ne pas consommer* ». De plus, Sofia affirme que « *ce qui est le plus écoresponsable à la fin de la journée, c'est ce qu'on a déjà dans notre garde-robe, parce qu'on n'a pas besoin de l'acheter* ». Parallèlement, elle évoque avec beaucoup de légèreté porter maintes fois les mêmes vêtements devant ses collègues : « *au bureau, je les fais rire, je pense, parce que je suis toujours habillée pareil. Mais bon, il m'accepte comme ça* ». Dès lors, la maximisation du port s'installant à titre de but prédominant, la mise en pratique de la Slow Fashion sollicite l'interaction entre le consommateur et les pièces déjà en sa possession. De telle manière, Victoria en posant le port itératif comme solidifiant le style personnel, Chloé en mentionnant « *avoir du mal à [se] débarrasser de [ses] vêtements, même si [elle] les a portés tellement de fois* » et même Adam, en déclarant que « *[sa] mission est d'avoir des morceaux qui vont pouvoir être portés encore, encore et encore* », permettent de conclure plus fortement le cheminement de la consommation de mode des participants tel que se couronnant dans la vocation même de la pratique de la Slow Fashion.

À ce stade, il fut démontré comment, en condamnant les pratiques de production et les normes de consommation de la Fast Fashion, les participants réforment les significations associées à leur consommation de mode. Ainsi, en vue de s'aligner avec leurs nouvelles valeurs de durabilité, ces derniers réorientent leurs pratiques de consommation de façon à les adapter à la pratique de la Slow Fashion, soit leur nouveau standard légitime.

Souhaitant s'inscrire dans une perspective lente à travers une consommation ralentie et réfléchie, les interlocuteurs font alors l'usage de stratégies telles que l'achat de qualité qui, en dehors des tissus, se traduit par la cohérence avec le style personnel et les besoins envisagés. Assistés par l'exclusivité vestimentaire caractérisant les modèles alternatifs de consommation, les participants acquièrent des pièces obtenant une place irremplaçable dans leur garde-robe. Dès lors, l'effort demandé pour et le contentement face à l'atteinte d'une garde-robe à valeur sentimentale motivent les interlocuteurs à définir leur penderie telle une collection d'items dont ils ne peuvent se séparer. La construction de cette dernière amorçant le port répété, les participants viennent à valoriser non pas uniquement des pratiques d'acquisition responsables, mais une utilisation continue de leurs possessions vestimentaires. Ainsi donc, ce cheminement vers un port itératif qui, par ailleurs, diminue le désir et le rythme d'achat, illustre comment adapter ses pratiques d'acquisition de mode aux principes et à la temporalité de la pratique de la Slow Fashion mène à une consommation au-delà de l'acte d'achat. Dans cette perspective, la subséquente et dernière section d'analyse explore la manière dont les interlocuteurs aiguisent leurs compétences en termes de pratiques d'habillement et d'entretien des vêtements afin d'assurer une utilisation et d'un port prolongés.

4.3 L'apprentissage de techniques d'usage aux fins d'une consommation vestimentaire holistique : soutenir un port pérenne

Tel que posé, ralentir et diminuer la consommation de mode, à titre de nouvelles conduites légitimes, orientent vers une utilisation et un port continus d'articles authentiques. Dès lors prescrits d'un nouveau standard répercutant les pratiques d'habillement et d'entretien, les participants plongent dans la consommation holistique de la Slow Fashion et développent de nouvelles compétences afin d'optimiser la circulation des vêtements dans leur garde-robe. Ainsi, cette dernière section explore comment, en ayant recours à (1) *l'art du stylisme* et à (2) *des actes d'entretien et d'extension de l'utilisation*, les interlocuteurs soutiennent un port pérenne.

4.3.1 L'art du stylisme

S'inscrivant dans la phase d'utilisation de la consommation vestimentaire alors qu'ancré dans les pratiques d'habillement, *l'art du stylisme* fait référence à toute action maximisant le port d'un vêtement. Par un usage créatif de leur garde-robe, les participants réinventent

régulièrement l'image de leurs vêtements résultant, dès lors, à l'apparence de posséder plus dans un contexte où limiter l'acquisition est valorisée. Comme l'explique Yasmine :

Puisque je mets un vêtement de différentes manières, ça pour effet que c'est un vêtement, mais, en même temps, c'est plusieurs. Ça me permet d'avoir plus de diversité dans ma garde-robe juste en rajoutant certains accessoires ou en essayant certaines manières de porter mes vêtements. Donc, ça me donne un peu l'illusion d'avoir plus de vêtements que ce que je pense, puis, au niveau de mes valeurs de consommation, ça montre que j'aime mieux expérimenter avec les vêtements que j'ai déjà au lieu d'aller en acheter d'autre. Je suis quelqu'un qui n'aime pas beaucoup dépenser dans les vêtements, alors ça me permet de ne pas me dire « *oh, mais j'ai déjà mis cette chemise la dernière fois...* » et de faire en sorte de la mettre d'une manière différente. Donc, je vais vraiment prioriser les pièces qui me permettent de faire ça, car je me dis « *toi, même si je n'ai que toi, je peux te transformer en A, en B, en C* ». Alors, puisque je peux faire plusieurs combinaisons différentes, je vais vraiment plus valoriser ce vêtement-là.

D'abord et avant tout, cette pratique d'habillement se présente telle une stratégie exploitée par Yasmine pour répondre au sens qu'elle accorde à sa consommation vestimentaire. En effet, dépenser pour des vêtements n'étant sa priorité, cette interlocutrice énonce *déjà avoir porté un vêtement* non pas comme une barrière, mais comme ouvrant la porte pour remanier la pièce dans un nouveau contexte. Conséquemment, allant de pair avec son motif de consommation, *l'art du stylisme* reflète les valeurs de Yasmine soit de prioriser la réutilisation à l'achat. Plus encore, ce passage expose comment *l'art du stylisme* repose sur la corrélation entre (1) les caractéristiques d'un vêtement et (2) l'habileté du participant à adapter, modifier et jouer avec l'apparence de ses pièces à maintes et maintes reprises. Ici, « *prioriser et valoriser les pièces permettant de faire plusieurs combinaisons* » atteste du premier, tandis que « *rajouter certains accessoires et essayer certaines manières de porter ses vêtements* » fait référence au deuxième. Dès lors, les segments subséquents détailleront plus en profondeur les éléments constitutifs de ces deux aspects donnant lieu à *l'art du stylisme*.

4.3.1.1 La nécessité d'une garde-robe polyvalente

De prime abord, s'attaquer à la première catégorie impose à cette section d'analyse un retour à la phase d'achat, alors que les participants rapportent une garde-robe et des pièces versatiles telles que nécessaire pour mener à bien *l'art du stylisme*. En ce sens, les vêtements, puis l'ensemble de la penderie se présentent à titre d'objets favorisant ou contraignant les possibilités d'agencement. Mettant en évidence l'efficacité d'une garde-robe prédisposée à de multiples combinaisons, Victoria énonce cette dernière tel un prérequis pour s'initier à la pratique de la Slow Fashion. Spécialement, elle explique : « *je*

commencerais par construire une bonne fondation, car tu peux bâtir par-dessus et rentrer dans divers styles. C'est beaucoup plus difficile de rentrer dans une garde-robe qui a seulement des morceaux extravagants, mais rien pour tenir le tout ensemble ». Illustrant cette complexité, Alice mentionne :

Avant, je n'avais pas de tenues à me mettre, car j'achetais seulement des vêtements vraiment flamboyants qui ne s'agençaient pas du tout ensemble. Alors, c'était dur pour moi de faire des looks complets quand je n'avais que des « *statement pieces* ». Puis, puisque je ne pouvais pas en faire autant avec les vêtements que j'avais déjà, je magasinai beaucoup. Je me disais « *ah, il me manque ça, il me manque ça* », mais je n'achetais pas la bonne chose pour faire ma tenue. J'ai alors compris que si tu n'as pas de pièces de base dans ta garde-robe comme des chemises blanches, des jeans blancs... En fait, moi, je m'assure tout le temps d'avoir au moins un jean blanc, noir et bleu, comme ça je peux tout le temps faire une rotation et faire pleins de looks avec. Aussi, je m'assure d'avoir une veste en cuir et une veste de tricot simple. En gros, je trouve que ta garde-robe aura plus de versatilité si tu commences avec ta garde-robe de base, avec tes vêtements simples que tu peux « *mix and match* » avec tout. Quand tu as tout ça, après tu peux aller acheter tes « *statement pieces* ». Moi, c'est à partir de là que j'ai senti que je pouvais faire de vrais looks qui ont du sens.

D'entrée de jeu, ce passage de Alice illustre, certes, une penderie mal agencée telle que circonscrivant les agencements, mais, plus notablement, telle que nuisant à l'objectif de la pratique de la Slow Fashion, soit ralentir la consommation. Par conséquent, une garde-robe polyvalente par ses pièces versatiles se présente comme une stratégie bénéficiant aux pratiques d'habillement et, plus globalement, à la pratique de la Slow Fashion.

Cela dit, comme le démontrent les deux précédents témoignages, construire une telle penderie requiert de distinguer les vêtements comme appartenant à deux catégories, soit les « *statement pieces* » définies à titre de pièces « *flamboyantes* » et « *extravagantes* », puis les vêtements de base. Les deuxièmes étant ici d'intérêt, ils renferment, selon ces participantes, des items ayant la capacité de se mouler à plusieurs situations ou lier les articles variés présents dans la garde-robe. Par ailleurs, Alice, en s'assurant de toujours avoir « *au moins un jean blanc, noir et bleu* » et « *une veste en cuir et une veste de tricot simple* », laisse entrevoir la couleur et le type comme caractérisant un vêtement de base. Appuyant les couleurs telles qu'influant sur la versatilité, Yasmine oppose, sur l'aisance de port, les pièces sans motif de couleurs neutres et celles de fantaisie. Plus particulièrement, elle pose les premières comme passe-partout, puisque non facilement reconnaissables :

J'aime acheter des vêtements qui sont basics, car ils sont plus faciles à adapter à différents styles. Donc, je regarde au niveau de la couleur et de la texture, car les

couleurs neutres ou les vêtements sans motif sont faciles à porter avec d'autres vêtements. Moins il y a de fantaisie sur le vêtement, plus il est facile à changer. Un vêtement qui a beaucoup de fantaisie, qui a beaucoup de motifs, oui, tu peux le changer, mais on va toujours reconnaître que c'est le même vêtement. Tandis que si je prends une chemise noire simple, c'est un vêtement qui est facile à porter de manières différentes, puis expérimenter et rajouter des accessoires.

L'intérêt de Yasmine à l'égard de posséder des pièces se confondant d'un habit à un autre renvoie à sa consommation vestimentaire limitée, puis à la nécessité d'opter pour des vêtements maximisant l'utilité de sa garde-robe. Dès lors, une pièce flexible par sa couleur neutre est valorisée par cette participante, tandis qu'une aisément distinguable, défavorisée. Cela dit, les vêtements neutres étant énoncés comme facilement malléables à et dissimulables dans une pluralité de tenues, Jade révèle également les couleurs sobres telles qu'assurant la longévité d'une pièce dans la garde-robe. Possédant également peu de vêtements et, donc, faisant reposer ses pratiques d'habillement sur la rotation de ses possessions, cette participante définit les teintes neutres comme une sureté soutenant le niveau de pertinence des pièces à travers le temps. À cet égard, elle explique :

Jade : Même si je le voulais, je ne mets pas beaucoup de couleurs, parce que je préfère ne pas me tanner d'un morceau. Donc, j'essaie de ne pas prendre des couleurs qui sont trop éclatantes, parce que, puisque tu vois tout le temps le morceau, c'est plus facile de s'en tanner. Alors, je reste dans le neutre.

Interviewer : Peux-tu me parler davantage de se tanner d'un vêtement ?

Jade : C'est souvent à cause des couleurs. Moi, je n'ai pas beaucoup de vêtements. Donc, si j'ai un vêtement fuchsia que je porte quelques fois, c'est sûr qu'après je vais être tannée de le voir, car c'est une couleur qui est plus difficile d'habiller de plusieurs façons. Au contraire, un pantalon noir, tu peux le porter un million de fois, car c'est un pantalon noir.

Ainsi donc, ces derniers témoignages permettent de conclure la propension aux couleurs « *naturelles* » (Adam) ou « *intemporelles* » (Charlotte) telle que motivée par la capacité de celles-ci à faciliter l'expérimentation, à remanier l'image d'un vêtement et à rester aux goûts des interlocuteurs.

Cela dit, se concentrant plus spécialement sur le type de vêtement, Olivia et Adam mentionnent valoriser les styles iconiques, soit des pièces d'une époque spécifique qui, année après année, sont reprises et réadaptées. Alice ayant antérieurement évoqué la veste de cuir, ces interlocuteurs illustrent en outre le veston, le « *bomber jacket* » et le trench-coat tels que des exemples de coupes emblématiques. En tant que classiques, ces pièces dites intemporelles s'imposent, dès lors, pour ces participants, à titre de morceaux de base à incorporer dans toute garde-robe. En effet, comme le conclut Adam : « *ce sont*

des silhouettes perpétuelles qui auront toujours une appréciation d'une certaine population. Elles seront toujours à la mode, car elles sont influencées par des références culturelles ou historiques qui, par leur force, seront toujours valables ».

Tout compte fait, cette première facette de *l'art du stylisme* mettant de l'avant les spécificités des vêtements affine les connaissances autour de la garde-robe idéale pour la mise en pratique de la Slow Fashion. Comme préétabli, les interlocuteurs valorisant les items exclusifs soutiennent pareillement le poids des pièces qui, par leurs couleurs neutres et leur style classique, ne seront pas sujettes à être cataloguées comme désuètes. Dès lors, ces pièces versatiles et intemporelles, puis la penderie polyvalente qui s'en suit *suspendent* la consommation de mode, car une telle garde-robe appuie un port maximisé par des vêtements circulant aisément et constamment dans les pratiques d'habillement.

4.3.1.2 L'usage d'accessoires et d'une pensée créative

Le premier aspect de *l'art du stylisme* ayant été détaillé, ce segment explore l'agentivité des interlocuteurs dans les pratiques d'habillement et, plus spécialement, les stratégies auxquels ils font appel afin de continuellement adapter, modifier et jouer avec l'apparence de leurs pièces. Affirmant d'emblée que la maximisation du port de ses vêtements repose sur ses facultés créatives, Chloé énonce :

Puisque les gens m'ont vu dans une pièce à plusieurs reprises, c'est maintenant à moi de faire preuve de créativité et de trouver de nouvelles façons de la porter. J'ai vraiment l'impression que porter nos vêtements souvent met notre esprit dans un défi créatif. Puis, il y a tellement de choses qu'on peut faire. Je trouve ça « cool » et excitant, parce que les vêtements ne sont pas faits pour être portés d'une seule façon. Ils sont destinés à être manipulés. Par exemple, et c'est une chose avec le tissu que j'adore, si je veux porter une jupe différemment, je peux ajouter des épingles de sûreté et la froisser pour changer la forme. Je pourrais aussi la porter autour d'une robe si je le souhaitais. Il y a tellement de façons de redonner vie aux pièces. Même, parfois, je porte des morceaux pour les faire ressembler à une robe et les gens me demandent comment je fais ça. C'est seulement d'être créatif.

Ce passage démontre l'inclinaison de Chloé vers un port répété telle que préalablement motivée par la manière dont elle conçoit les vêtements, soit des objets prédisposés à être manipulés. Par ailleurs, en raison du plaisir et de l'excitation que lui engendre d'être apte à constamment réinventer ses pièces, celle-ci définit le port itératif non pas tel un acte ennuyant, mais tel un défi créatif. Notamment, Chloé renouvelle l'apparence de ses pièces en défiant leurs règles d'habillement préétablies ou en les façonnant à sa guise. À l'égard des normes de port, cette participante est heureuse de combiner des pièces pour donner

l'illusion de n'être qu'une seule ou superposer des items, ici « *porter une jupe autour d'une robe* », pour leur donner une vocation nouvelle. En ce qui a trait aux formes, Chloé, en incorporant des objets tels que des épingles de sûreté dans ses pratiques d'habillement, manipule et « *froisse* » les tissus de manière à modifier la silhouette de ses vêtements d'un port à l'autre. Maniant l'aspect de ses pièces à l'aide d'élastiques, Victoria rajoute : « *pour qu'un même chandail ait l'air fabuleux plusieurs fois, c'est seulement de s'amuser avec. Dans ma tête, c'est simplement de "twist this, twist that", de mettre une épingle là. C'est avec le temps et la pratique* ».

Bien que ces témoignages démontrent comment expérimenter avec les vêtements devient une seconde nature, Victoria évoque le caractère évolutif de cette habileté qui requiert « *temps et pratique* ». Dès lors, Yasmine, par son parcours, illustre comment acquérir ces nouvelles compétences pratiques forme graduellement des habitudes :

Interviewer : Comment as-tu appris à expérimenter et à savoir où mettre les épingles sur un vêtement ?

Yasmine : Honnêtement, ça s'est fait petit par petit, parce que tout a commencé avec les chemises. Je mets beaucoup de chemises et, déjà à la base, je les boutonnais d'une manière différente ou même je combinais deux chemises de temps en temps. Cette année, j'ai commencé à rajouter des épingles, puis je me suis rendu compte que j'aimais beaucoup ça. Au début, j'en mettais que pour que ça soit boutonné d'une manière différente, puis j'ai commencé à plier le tissu et à mettre une épingle de ce côté et de ce côté. Donc, c'est parti de là. Maintenant, la majorité des choses que je fais quand j'expérimente c'est du « *layering* » et du « *draping* ».

Interviewer : Donc, peut-on dire que c'était un processus étape par étape ?

Yasmine : Oui, vraiment. Ce n'est pas venu d'un coup juste comme ça, c'était petit par petit comme lorsque tu te maquilles. Au début, tu commences avec du mascara, puis tu mets de l'*eye-liner*, puis tu passes à tout le visage. Donc, si je suis en train d'expérimenter et d'essayer de nouveaux designs, c'est clair que ça va prendre un peu plus de temps. Par contre, si c'est quelque chose que j'ai déjà fait, comme ma chemise présentement, ça ne va me prendre que quelques minutes, car c'est quelque chose que j'ai l'habitude de faire. C'est une tenue que je mets au quotidien, mon « *go-to style* » si je ne sais pas quoi mettre.

D'entrée de jeu, par son analogie entre se maquiller et expérimenter avec les vêtements, cette participante appuie le dernier tel qu'un apprentissage créatif. Notamment, au même titre que réaliser un maquillage élaboré requiert de parfaire ses techniques d'application, Yasmine perfectionna ses savoir-faire avec les vêtements, passant du boutonnage à des méthodes plus avancées telles que le « *layering* » et le « *draping* ». Ces deux procédés visant à donner une texture additionnelle aux vêtements à l'aide d'épingles, Yasmine résume le premier comme l'ajout stratégique de foulards sur ses pièces et le second, comme la création de plis à partir du tissu de celles-ci. De manière intéressante, cette interlocutrice, afin de mener à bien son expérimentation, mentionne avoir recours à des

vêtements au-dessus de sa taille. Elle explique : « *puisque c'est surdimensionné, ça aide à expérimenter plus et ça laisse plus d'espace et de tissus pour des rajouts. Inversement, un vêtement exactement à ta taille ne te permettra pas nécessairement de confectionner selon la manière que tu voudrais* ». Annexant dès lors une caractéristique essentielle aux vêtements pour sa mise en pratique de *l'art du stylisme*, Yasmine démontre pareillement défier les règles d'habillement préétablies. Cela dit, en contrastant le temps demandé pour « *essayer de nouveaux designs* » et réaliser son « *go-to style* », celle-ci illustre comment ce processus créatif vient à devenir une habitude.

Les interlocuteurs soulignant, jusqu'ici, mettre à profit leurs facultés créatives aux fins de renouveler la silhouette de leurs items, les données dévoilent l'usage d'accessoires tel qu'une stratégie employée par ces derniers afin d'adapter leurs pièces à divers styles vestimentaires. En effet, certains participants, puisqu'assemblant des tenues sur la base de leurs émotions et inspirations, affirment embrasser une pluralité de styles de mode. Par exemple, Alice énonce : « *mon style dépend vraiment de mon humeur. Des fois, je vais m'inspirer des chansons que j'écoute, ou de ce que je vois ou de Pinterest. Je vais m'inspirer de tout ce qui m'entoure en fait* ». Plus encore, Yasmine avance : « *mon style personnel est vraiment diversifié, car parfois je vais m'habiller plus "streetwear", ou plus classe comme lorsque je vais au travail ou "earthy", donc avec de longues jupes, etc. Alors, il dépend de mon humeur* ». Ainsi, les interlocuteurs n'excluant pas le désir d'explorer différents styles à l'occasion, *l'art du stylisme*, par l'entremise des accessoires, permet de modifier le visuel d'une tenue de manière à l'ancrer dans une variété de créneaux de mode. À cet égard, Victoria explique :

J'ai une amie, elle a l'impression qu'un jour elle veut être super féminine et l'autre jour plus masculine. Elle ne veut pas devoir se limiter à un style. Puis, c'est correct de changer de style, tu ne devrais pas te sentir mal. Par contre, si tu le fais, essaie de le faire d'une façon consciente. Donc, pas de refaire ta garde-robe, mais de voir comment tu peux prendre ce que tu as, disons un chandail blanc et un pantalon noir, puis de le rendre, par exemple, plus féminin. Tu pourrais ajouter une paire de talons, une boucle, une couleur plus claire de blouse par-dessus, etc. Alors, tu n'as pas besoin d'une nouvelle robe rose et tu n'as pas besoin de repartir à zéro. Le but c'est que tes vêtements peuvent toujours te suivre.

Pour Victoria, s'aventurer dans divers styles ne requiert pas de retourner à la consommation vestimentaire, mais plutôt de prendre profit des pièces versatiles de sa garde-robe, ici « *un chandail blanc et un pantalon noir* », puis de les accessoriser au style désiré. Corroborant ce point, Jade affirme : « *tu peux assortir de façons tellement différentes un pantalon, une jupe, un haut. Tu pourrais changer tes accessoires ou tes*

chaussures. Une jupe avec des talons versus une jupe avec des souliers de course, ça n'a rien à voir ». Relevant dès lors de la compréhension des spécificités des styles vestimentaires, cette facette de *l'art du stylisme* repose sur la capacité des participants à sélectionner les accessoires requis dans les limites de leurs possessions. Somme toute, l'usage d'accessoires, jumelé à une garde-robe polyvalente, s'affiche telle une stratégie joignant un style évolutif à une consommation vestimentaire durable, car les pièces possédées restent en circulation dans les pratiques d'habillement.

En définitive, bien que s'inscrivant au-delà de la consommation, *l'art du stylisme* requiert, en amont, la création d'une garde-robe polyvalente, soit une étape d'abord et avant tout ancrée dans la phase d'achat. Ainsi, les interlocuteurs soulignent la nécessité d'acquérir des pièces de base qui, par leurs couleurs neutres et leur style classique, s'intègrent dans une variété de tenues et assurent la cohésion des items plus exclusifs présents dans leur garde-robe. Dès lors, outillés d'une penderie aux vêtements uniques d'une part, puis versatiles et intemporels d'autre part, les participants, aptes à commodément se prêter à une consommation réduite, s'engagent dans la phase d'utilisation de *l'art du stylisme*. Se lançant dans l'expérimentation, les interlocuteurs approfondissent leur style personnel et élargissent progressivement leurs compétences pour remanier la présentation de leurs pièces. De la sorte, en accessoirisant et employant leur garde-robe de manière créative, les participants font l'usage d'objets tels que des épingles, des bijoux et des chaussures, puis de techniques telles que la superposition et le drapage pour donner à leurs vêtements des images variées pouvant, s'ils le désirent, jongler dans plusieurs styles vestimentaires.

4.3.2 Rituels d'entretien et d'extension de l'utilisation

Renvoyant strictement à la phase d'usage, les *actes d'entretien et d'extension de l'utilisation* désignent toute action effectuée par les participants afin de prévenir le retrait prématuré d'une pièce de leur penderie. Notamment, ce segment explore des techniques traditionnelles telles que la réparation et l'entretien, puis supplémente avec des stratégies créatives auxquelles les participants font appel pour prolonger l'emploi de leurs pièces.

4.3.2.1 Réparation des vêtements et entretien assidu

En se penchant d'emblée sur la réparation des vêtements, les données illustrent le recours à une telle pratique d'usage comme animé par deux motifs contrastés. De son côté, Olivia

énonce mettre à profit ses compétences en couture et s'engager dans la réparation de ses pièces si ces dernières lui sont d'une importance significative :

Si c'est quelque chose que j'apprécie vraiment et que je sais que je vais continuer à porter, je vais le réparer à 100 %. Surtout s'il s'agit de réparations comme les doublures des manteaux et les boutons qui tombent. Donc, ça dépend de ce que c'est, mais je répare ce que je veux garder dans ma garde-robe. Par exemple, j'avais la paire de jeans *Levis* vintage la plus folle qui était bleu bébé. C'était la chose la plus ancienne qui soit et « *I've worn it to the ground* ». Le jean a déchiré et a continué à déchirer, déchirer et déchirer et j'ai continué à réparer, réparer et réparer jusqu'à un moment où je me suis dit « *c'est mort, je ne peux plus réparer ça* ». Donc, j'ai définitivement déployé des efforts pour réparer ce pantalon à maintes reprises. Surtout ces jeans, c'est tellement difficile de trouver des jeans comme ça, j'ai eu tellement de chance quand je les ai trouvés en premier lieu. Je ne pouvais tout simplement pas m'en débarrasser pour le moment. À chaque fois qu'il y avait une déchirure, je me disais « *je te répare, tu ne me quittes pas maintenant* ». Donc, c'est surtout pour m'assurer que le vêtement reste, parce que je l'aime tellement.

Bien que cette participante effectue de manière systématique des réparations courantes de maintenance comme « *les doublures des manteaux et les boutons qui tombent* », son effort soutenu pour le raccommodage de ses jeans *Levis* appuie l'attachement émotionnel tel que son mobile prédominant. D'ailleurs, en énonçant la « *chance* » d'avoir mis la main sur cette paire rétro et l'*impossibilité* de la remplacer, Olivia accentue que les pièces uniques deviennent des items inestimables dans la garde-robe. Cette trouvaille dès lors traduite comme un trésor à chérir, effectuer toutes les réparations nécessaires afin qu'elle ne quitte pas la garde-robe était indispensable pour cette interlocutrice.

Cela dit, tandis que chérir ses pièces et ne pas être émotionnellement disposé à les laisser partir se présentent comme des facteurs favorisant leur réparation, Charlotte, en regard à sa garde-robe minimaliste, explique cette pratique comme étant impérative :

J'ai acheté des bottes cet automne, juste avant Noël, et la languette a brisé. J'étais un peu fâchée, j'étais comme « *bin là, je viens de m'acheter des bottes à 398\$ et, là, elles sont déjà déchirées après trois semaines* ». Par contre, je comprenais pourquoi elles se sont déchirées, je savais très bien pourquoi. Le cuir est mince et ils ont mis tant de points de couture par pouce. Puis, le cuir, c'est comme du papier. Si tu fais plus de trous, il va se déchirer, si tu fais trois trous, il ne se déchirera pas. Donc, là, je leur ai dit « *il faudrait peut-être penser à diminuer le point par pouce, car ça n'a pas d'allure* ». Ils m'ont répondu « *vous pouvez aller au cordonnier* ». Oui, mais quand tu n'as qu'une paire de bottes tu fais quoi ? Je n'ai pas 14 paires de bottes moi, donc j'ai besoin de ma paire de bottes. Quelle chance que je sache coudre et que j'aie une machine à cuir ! Je les ai réparées et je leur ai envoyé ma facture, parce que c'était de mon temps. Donc, c'est ça aussi. Je n'ai pas 18 paires de chaussures, je n'ai pas 18 paires de bottes, je n'ai pas 18 manteaux.

De prime abord, la frustration ressentie par Charlotte est, certes, animée par le bris prématuré d'un article soi-disant de qualité, mais, plus notablement, par la dépendance

qu'à cette dernière vis-à-vis sa paire de bottes. Nécessitant le bon fonctionnement des items présents dans sa penderie, cette interlocutrice démontre que réparer ses vêtements est une obligation pour la reprise et la poursuite de ses activités quotidiennes. De surcroît, auparavant propriétaire d'une marque de sacs de cuir écologique, le passage de Charlotte démontre que posséder des savoir-faire en matière de couture et de confection est un avantage pour appliquer les principes de la pratique de la Slow Fashion au-delà de la phase d'achat. D'une part, cet avantage se traduit par la compréhension que cette participante possède à l'égard des spécificités du cuir. Ainsi, par sa capacité à déceler le défaut de fabrication de sa paire de bottes, celle-ci fut en position de force pour se faire rembourser son temps de réparation. D'autre part, puisque possédant les outils (c.-à-d. la machine à cuir), les compétences ainsi que la compréhension des actions à entreprendre pour la réparation, Charlotte n'eut pas besoin de faire appel à un service professionnel.

Le raccommodage des vêtements reposant sur des savoir-faire plus avancés, les participants adoptent d'entrée de jeu des stratégies d'entretien afin de n'avoir pas recours expéditivement à la réparation de leurs pièces. Pour Victoria, ceci se traduit par l'emploi de méthodes de lavage adéquates pour ces vêtements. Ainsi, affirmant désirer que ses vêtements « *restent dans une belle forme* », elle explique :

Pour moi, c'est vraiment de prioriser comment tu décides d'utiliser le vêtement, puis je lave mes vêtements en fonction de ce qu'ils ont de besoin. Ce ne sont pas tous les vêtements qui vont dans la machine et il y a des vêtements que je lave à la main. Si ce sont des tissus que je ne peux pas mettre dans la sècheuse, je vais les faire sécher à l'air libre. Sinon, j'essaie de les apporter dans des services de nettoyage professionnels. Donc, si je me soucie vraiment d'une pièce de vêtement, je vais faire de mon mieux pour la faire durer le plus longtemps possible.

Ce passage de Victoria illustre une pluralité d'options lorsqu'il en vient à la lessive. Alors que la laveuse et la sècheuse sont des alternatives commodes, laver à la main et sécher à l'air libre demandent un effort et une durée supplémentaires au consommateur. Plus encore, les services de nettoyage professionnels requièrent temps, argent et déplacement pour ce dernier. Ainsi, chaque alternative exigeant une implication propre, opter pour celle qui est adéquate relève, selon Victoria, de l'attachement émotionnel envers la pièce et du désir de « *la faire durer le plus longtemps possible* ». Cela dit, identifier la méthode de lavage adaptée s'effectue par l'entremise des étiquettes des vêtements qui se présentent tel un guide d'instructions pour l'entretien. Comme l'énonce Alice : « *je regarde les étiquettes, donc le "fabric care" du vêtement, parce que la durée de tes pièces dépend*

aussi de comment tu en prends soin ». Ces deux participantes dirigeant alors leurs efforts sur la lessive, Adam avance que prolonger la vie d'une pièce requière également de dédier celle-ci uniquement à l'activité pour laquelle elle a été conçue :

Si j'ai une chaussure de sport, ce n'est que pour le sport. Si j'ai une chaussure de marche, ce n'est que pour la marche. Donc, pour moi, c'est vraiment d'avoir des vêtements dédiés à une activité précise. Puis, il y a aussi la température. Alors, tu as ta paire de bottes qui est spécifique pour l'hiver par exemple. Tu ne vas pas mettre ta belle paire de bottes d'été pour les détruire dans le sel et la neige. Donc, au final, mes vêtements de travail, de sport et de tous les jours, ce sont trois catégories qu'une fois que j'ai les bonnes pièces, je n'ai plus besoin d'acheter.

Ainsi, pour ce participant, conserver les capacités de ses vêtements passe par une utilisation dans le respect de leurs fonctions. Dès lors, en assignant les vêtements à chacune de ses activités quotidiennes sur la base de leurs spécificités, Adam s'assure de faire perdurer leur circulation dans ses pratiques d'habillement ce qui, conséquemment, diminue ses acquisitions vestimentaires. Par ailleurs, afin de ne pas hâtivement revenir à la phase de consommation, ce participant complète ses pratiques de conservation avec des nettoyages assidus qui, jumelés à des produits d'entretien, permettent de prévenir la dégradation de ses pièces. Ainsi, poursuivant sur l'attention qu'il accorde à ses souliers, Adam mentionne : *« mes chaussures, je les nettoie toujours, je n'attends pas qu'elles soient complètement sales. S'il y a un peu de terre ou de poussière, je passe un coup de chiffon avec un produit pour le cuir ou pour le tissu ».*

4.3.2.2 Recyclage et entreposage : l'emploi de stratégies créatives pour prolonger le port

Cela dit, *les actes d'entretien et d'extension de l'utilisation* ne se résument pas seulement à garder la forme, l'image et les capacités de ses vêtements intacts, certains participants affirment également modifier leurs pièces pour prolonger leur port. Renvoyant à la nature cyclique de la mode où coupes et couleurs partent et reviennent constamment, Charlotte démontre comment recycler et adapter au goût du jour les pièces désuètes de la garde-robe permet de redonner vie à ces dernières et contrer la consommation :

Ça doit faire huit ans que je les ai ces pantalons-là, puis je ne les portais plus. Récemment, je les ai coupés, car la mode, en ce moment, c'est un pantalon quand même court pour voir la botte. Donc, je les ai coupés et ce sont les mêmes pantalons, je n'ai rien racheté. Puis, là, ils sont rendus mes pantalons préférés. Alors, je me permets aussi de modifier ma garde-robe. Je me dis « OK, ça je ne le porte plus pour quelle(s) raison(s) ? Est-ce que je peux le modifier ? Oui. OK, je le garde, je vais le modifier ». Puis, j'essaie de le faire de plus en plus, car soit je ne le mets pas pendant plusieurs années ou je le porte maintenant et je réutilise ce que j'ai au lieu de m'acheter un nouveau pantalon.

Ici, en rejetant la consommation vestimentaire par l'entremise de ses compétences en couture, Charlotte réussit non seulement à redonner une utilité à l'une de ses pièces, mais, plus intéressant encore, se fournit un nouvel article de prédilection dans sa garde-robe. Ainsi, cette technique réflexive et créative s'affiche telle une stratégie permettant de tourner consciencieusement les pratiques non durables de la Fast Fashion (c.-à-d. le renouvellement constant des styles et des coupes) à son avantage en vue du respect de l'objectif d'utilisation prolongée de la pratique de la Slow Fashion.

Modifier ses vêtements étant une stratégie d'extension de l'utilisation permanente, d'autres participants préfèrent stocker leurs pièces démodées jusqu'au moment opportun. Recycler ses items engendrant une prolongation immédiate du port, entreposer ceux-ci s'effectue dans l'optique de ralentir la consommation future. Notamment, Olivia explique :

Sous mon lit, j'ai des pièces dont je ne me débarrasse pas, mais que je ne porte pas non plus en ce moment. Je les garde, car la mode est transitoire et les pièces vont finir par revenir. Prenons l'exemple du « *skinny jean* ». Je n'en porte pas pour le moment et je n'en porterai probablement pas avant très longtemps. Cependant, disons que j'ai une très belle paire qui a été réalisée par un designer. C'est quelque chose dont je sais que la qualité et la valeur sont toujours là, c'est la tendance qui n'y est tout simplement pas. Donc, si quelque chose est vraiment bien fait, avec un bon tissu, il a une valeur et je ne suis pas prête à m'en débarrasser juste pour la mode. Je ne veux tout simplement pas jeter et acheter toujours plus, alors je conserve définitivement les pièces que j'ai depuis longtemps.

De prime abord, ce passage d'Olivia appuie que le vêtement ne soit plus qu'une image, mais un objet requérant un effort de production. Ainsi, sa considération pour l'artisanat, les tissus et la confection l'incite à concevoir les pièces de vêtement comme possédant une valeur au-delà de la simple tendance. Ces significations accentuées par son motif durable de ne pas « *jeter et acheter toujours plus* », l'anime alors à préserver les items de qualité de sa penderie. Rejoignant cette vision, Charlotte mentionne entreposer ses pièces désuètes dont « *la confection est impeccable* ». Valorisant pareillement le travail derrière les vêtements, cette interlocutrice décrit ceux de bonne confection comme étant des « *œuvres d'art* ». Cette perception l'encourageant à conserver ses pièces en dehors de la tendance, elle affirme :

Je me souviendrai toujours du veston que j'ai acheté au bazar qui est vert menthe. Il est sublime. C'est écrit Haute Couture Paris à l'intérieur et tu vois qu'il a été fait à la main. Je le garde, parce que la pièce est belle. J'aime la confection, j'aime la matière, j'aime tout. La couleur, en ce moment, moins mon style, mais je l'ai porté, parce que, quand je l'ai acheté, la couleur était à la mode, mais ça va revenir.

En définitive, la confection s'installe tel un aspect additionnel causant un attachement émotionnel menant, dès lors, à « *toujours de rappeler* » de ces pièces.

Ainsi, qu'ils soient traditionnels ou créatifs, les *actes d'entretien et d'extension de l'utilisation* sont facilités par les compétences pratiques des participants. À cet égard, les interlocuteurs s'engagent dans la réparation de leurs pièces essentielles ou de valeur, puis dans la modification aux goûts du jour de leurs pièces démodées pour prolonger leur port. De plus, démontrant leur compréhension de la nature cyclique de la mode, certains, afin de limiter leur consommation vestimentaire future, procèdent à l'entreposage de leurs pièces démodées de qualité jusqu'à ce qu'elles redeviennent tendance. Enfin, pour n'avoir pas recours hâtivement à la réparation de leurs pièces, les interlocuteurs complètent leurs actes d'entretien par l'emploi de méthodes de lavage adéquates et le nettoyage assidu et préventif de leurs items.

CHAPITRE 5 : Discussion et conclusion

D'emblée, ce chapitre met en lumière la manière dont identifier le cheminement menant les participants à solliciter, puis à mettre en œuvre la Slow Fashion à titre de pratique de consommation de la mode permet de répondre à la question de recherche centrale de cette étude. Dès lors, en offrant des éléments de réponse aux deux sous-questions de ce travail de recherche, ce chapitre résume la mise en application de la pratique de la Slow Fashion dans le quotidien de ses praticiens. En second lieu, ce présent et dernier chapitre énonce en quoi l'étude actuelle approfondit les connaissances autour de cette pratique de consommation vestimentaire, puis contribue à la théorie de la pratique ainsi qu'à sa notion de temporalité. Pour conclure, ce chapitre discute des implications managériales et des limites de cette étude pour terminer avec des avenues futures de recherche.

5.1 Discussion des résultats

De prime abord, ce travail de recherche visait à illustrer la façon dont la pratique de la Slow Fashion est réellement mise en application dans le quotidien des consommateurs qui l'adoptent. Pour ce faire, cette étude examinait (1) les motifs incitant à la mobilisation de cette pratique à titre de pratique de consommation vestimentaire et (2) les mécanismes autour desquels s'opère sa mise en œuvre dans les pratiques de consommation vestimentaire existantes des consommateurs. Dès lors, afin d'offrir une réponse exhaustive à la mise en pratique de la Slow Fashion, la discussion, à travers les segments qui suivent, s'attaquera en détail ces deux sous-questions.

5.1.1 La production néfaste et la marchandisation hâtive de l'industrie de la mode telles des moteurs d'engagement à la pratique de la Slow Fashion

À l'égard des motifs stimulant la mobilisation de la pratique de la Slow Fashion, l'analyse des résultats révèle la mutation des pratiques de la consommation vestimentaire en pratiques ancrées dans la Slow Fashion comme découlant de la redirection des structures téléoaffectives relatives à l'acquisition de mode. Ainsi, la conscientisation aux torts de l'industrie et le port d'un regard critique face aux normes actuelles de la consommation vestimentaire tracent l'illégitimité de la Fast Fashion et aspirent à enraciner les pratiques sur d'autres, jugées plus adéquates, soit, ici, la pratique de la Slow Fashion.

En se penchant d'abord sur la sensibilisation aux incidences environnementales et sociales du système de production du modèle dominant, cette conscientisation introduit

une nouvelle signification associée au vêtement, soit celui-ci comme étant indissociable de sa production. Ainsi établi tel un média politique, le choix de sa consommation est présenté comme équivalant à donner son appui aux valeurs des méthodes menant à sa fabrication. Appuyant par ailleurs les conclusions de Fuentes (2014) où magasiner, plutôt qu'une simple acquisition de produits, consiste en un acte politique afin de soutenir les entreprises consciencieuses, cette nouvelle compréhension marque que le vêtement n'est plus uniquement une image de mode (Clark, 2008), mais un levier pour afficher ses idées et ses valeurs.

Suscitant le port d'un regard critique face à l'industrie, le diagnostic des pratiques de la Fast Fashion rectifie, certes, les sources d'achat de manière à privilégier celles certifiées responsables, mais entraîne également une vision péjorative de la mise en marché prompte de la mode. Notamment, joindre le vêtement à sa production admet le temps et l'effort requis pour sa confection tels des éléments d'importance, résolvant en conséquence les acquéreurs à se retirer de la consommation haletante et à s'imposer un rythme d'acquisition en respect au processus de fabrication. Renvoyant à Bly et *al.* (2015), ceci est d'autant plus capital pour les consommateurs pourvus de concrètes expériences dans l'industrie, leurs connaissances pratiques en tant que propriétaire d'une marque responsable ou simplement de confection vestimentaire conduisant à une compréhension tangible de la valeur du processus de création.

Ainsi peut-on dire que la prise de conscience des torts de la production, puis le discrédit de la marchandisation hâtive de la Fast Fashion se posent à titre de moteurs de désengagement à cette dernière. Dressant deux premiers motifs incitant à la mobilisation de la pratique de la Slow Fashion, la dévalorisation notable des normes d'acquisition et d'élimination rapides du modèle dominant entraîne un troisième et dernier motif : le ralentissement de la consommation vestimentaire. S'installant dès lors telle la nouvelle fin des pratiques de consommation de la mode, la désormais inclinaison pour la décélération de l'acquisition orchestre la mise en œuvre de la Slow Fashion sur deux compréhensions clé de la consommation, soit (1) comme délibérée et de qualité, puis (2) l'utilisation et le port continus comme lui prévalant. La première s'établissant sur la conception préalablement implantée du vêtement tel qu'étant *indissociable de sa production*, la seconde s'érige sur la perception du vêtement nouvellement introduit comme *devant être manipulé*.

En définitive, alors que l'analyse des résultats s'attarda à détailler chacune des stratégies sollicitées pour mettre en œuvre la Slow Fashion à titre de nouvel idéal des pratiques de consommation de la mode, les segments suivants schématisent leur imbrication afin de poser les mécanismes autour desquels s'opère la reconfiguration desdites pratiques. Autrement dit, les compréhensions clés renouvelées de la consommation vestimentaire devenant les piliers de la performance de la Slow Fashion, la portion subséquente de la discussion synthétise la manière dont ces stratégies⁴ interviennent à travers ceux-ci, puis énonce l'incidence de leur connectivité dans l'implantation de cette pratique. Pour ce faire, les parties ultérieures font appel au *circuit de la pratique* de Magaudda (2011 : 21, traduction libre), soit « un outil analytique et visuel pour rendre compte du travail de reconfiguration de la pratique telle qu'elle est réellement vécue par les consommateurs ». Notamment, en joignant les significations, les objets et les comportements qui composent les pratiques, ce schéma éclaire les dynamiques menant à leur transformation. Magaudda (2011) recourant au *circuit de la pratique* pour illustrer l'incidence de l'introduction d'objets matériels dans la restructuration de la pratique d'écoute de musique digitale, cette étude pose l'utilité de ce modèle pour également discerner les reconfigurations ayant comme élément déclencheur l'introduction de nouvelles significations. Dès lors, les segments qui suivent résument la façon dont, à titre de significations implantées, le vêtement entendu comme étant *indissociable de sa production*, puis tel que *devant être manipulé* mènent à de nouvelles conduites qui, à l'aide d'outils et de compétences, mettent en œuvre la Slow Fashion et sa temporalité décéléré dans les pratiques de consommation vestimentaire.

5.1.2 Mettre en œuvre la Slow Fashion par une consommation délibérée et de qualité

Ce segment synthétise en premier lieu les mécanismes menant à la reconfiguration des pratiques de consommation de la mode à la suite de l'introduction du vêtement conçu tel qu'étant *indissociable de sa production*. De telle sorte, établir les achats comme soutenant les valeurs d'un système de fabrication entraîne une consommation délibérée et de qualité qui, mise en exécution à travers le style personnel et les modèles alternatifs d'acquisition, génère des achats singuliers tendant progressivement à la suspension de l'acquisition de mode. Reproduisant la présentation du *circuit de la pratique* de Magaudda (2011), la figure 5.1 visualise, de ce facteur déclencheur, cette chaîne causale opérant le cheminement

⁴ Les stratégies regroupent l'acquisition à travers des modèles alternatifs de consommation, la création d'un style personnel et d'une garde-robe de valeur, l'art du stylisme, puis les actes d'entretien et d'extension de l'utilisation.

vers une consommation vestimentaire en suspens, soit l'achèvement de la mise en œuvre de la pratique de la Slow Fashion dans les pratiques de consommation de la mode.

5.1.2.1 Déployer une consommation délibérée et de qualité à travers le style personnel et les modèles alternatifs d'acquisition

D'emblée, la figure 5.1 exhibe comment (phase 1) l'intégration d'un nouveau sens accordé au vêtement dans les pratiques de consommation de la mode provoque (phase 2) l'implantation de nouveaux lieux et comportements d'acquisition.

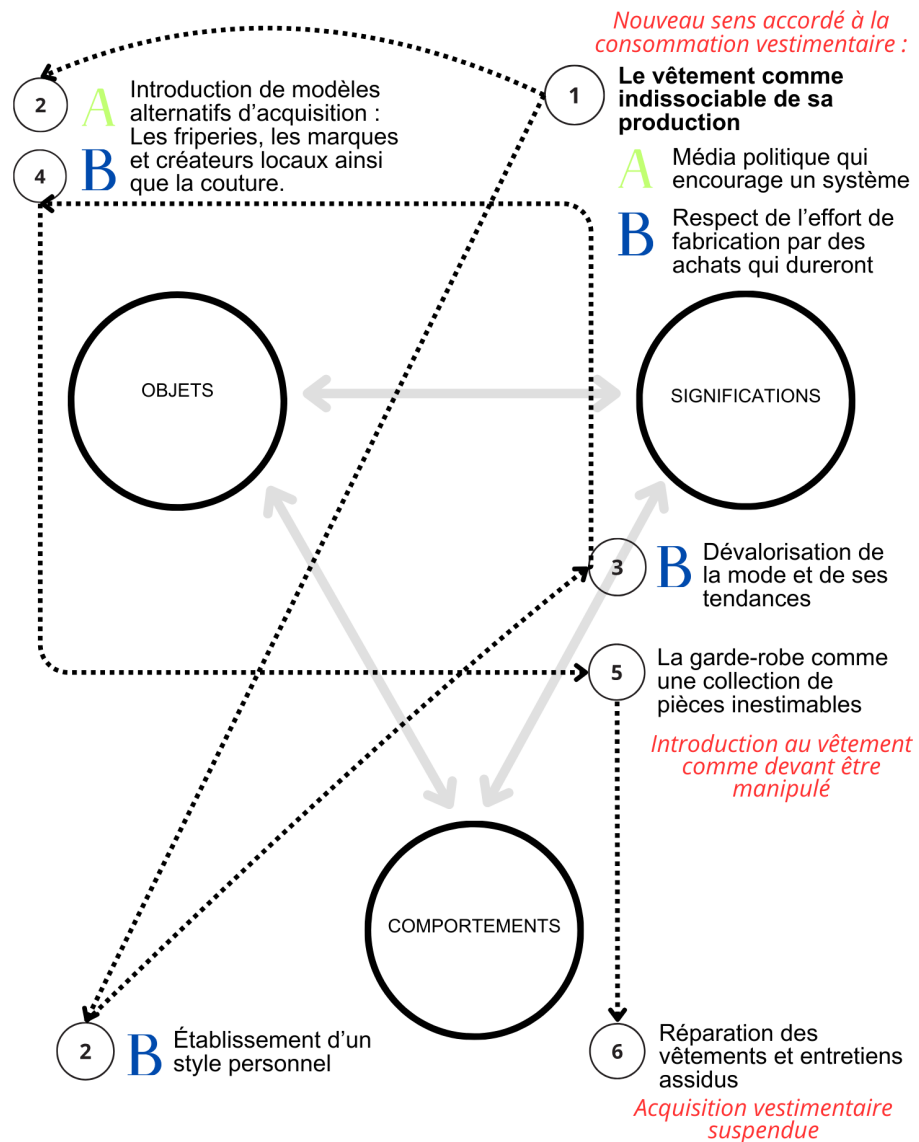


Figure 5.1 - Le processus d'intégration significative du vêtement tel qu'indissociable de sa production dans les pratiques de consommation vestimentaire, schématisé par le *circuit de la pratique* de Magaudda (2011).

Ainsi, conforme à Hand et *al.* (2005) et l'incidence de l'évolution des conceptions dominantes du corps sur la pratique de la douche, la réforme des rhétoriques entourant le vêtement et la production vestimentaire occasionne un bouleversement à l'intérieur de la pratique de la consommation de la mode soit, de prime abord, le changement des provenances acceptables d'acquisition. À cet égard, (A | B) invalider les fondements, les valeurs et le rythme de la production de la Fast Fashion réoriente la consommation de la mode vers des modèles alternatifs d'acquisition s'alignant à la pratique envisagée d'une consommation de mode durable. L'émergence de ces lieux dans les activités d'achat résultant de la conception renouvelée du vêtement, ces sources se présentent également telles que des objets de la pratique sollicités par les consommateurs en vue de l'accomplissement de la désormais fin durable.

Spécialement, la performance des pratiques relevant des moyens techniques fournis par les outils (Warde, 2014), les spécificités des modèles alternatifs se manifestent tels des éléments facilitant le respect du nouveau sens accordé à la consommation vestimentaire. Corroborant Machado et *al.* (2019), user des friperies favorise l'acquisition durable, car, par la vente de vêtements d'occasion, celles-ci allongent l'usage et la durée de vie des articles, puis rendent accessible des pièces datant à la confection de qualité supérieure à celle des produits actuels. De même que confectionner ses propres pièces, les friperies soutiennent en outre une acquisition vestimentaire extraite de la chaîne de production traditionnelle, qui, méprisée, entraînait une culpabilité d'achat aux acquéreurs (Bly et *al.*, 2015). Qui plus est, les marques et créateurs locaux, par leur inventaire limité de fabrication minutieuse et appliquée, accusent une marchandisation responsable. Ainsi, par leurs fonctionnements, ces lieux d'acquisition pourvoient des pièces plus étroitement alignées à la façon dont les consommateurs conçoivent le vêtement et sa confection ; leur mobilisation permettant alors de réaliser la consommation vestimentaire envisagée.

En s'adressant d'autre part sur l'intégration de nouveaux procédés d'acquisition, (B) estimer le processus élaboré requit pour générer des articles de mode consommables résout les consommateurs à s'ordonner des achats de longue durée. Cette fin discréditant le standard de l'offre constamment renouvelée, établir un style personnel s'inscrit telle une tâche de la structure téléoaffective qui oriente la pratique projetée d'une consommation vestimentaire qui honore la valeur de la production par des choix délibérés et de qualité. Notamment, le style personnel articule la dimension délibérée, puisqu'il émerge d'une « réflexion consciente où les codes de consommation sont interprétés, personnalisés,

négociés et remis en question pour la construction d'un style plus utile, authentique et satisfaisant » (Murray, 2002 : 431, traduction libre). Ainsi, il génère une apparence affinée, solidifiée et stabilisée du consommateur ; un *uniforme* composé purement des éléments qu'il juge le représentant et lui correspondant.

Au surplus, afin de joindre la consommation délibérée à celle de qualité, le style personnel est introduit telle une ligne directrice pour les achats de mode en vue d'assembler une garde-robe cohérente où chaque pièce qui y rentre est authentique et adhère aux préférences du consommateur. Fuentes (2014) énonce que réaliser une consommation alignée sur les besoins requiert le contournement des tactiques de vente communiquées par le visuel et le personnel du commerce lors du magasinage. Dans le cas présent, les besoins sont évalués en fonction de la cohérence avec le style personnel qui, par sa nature prescriptive, permet de surmonter la tentation de l'offre perpétuelle nuisant à la pratique envisagée d'une consommation vestimentaire durable. Ainsi, en cadrant la consommation dans des coupes, des couleurs et des styles de prédilection, le style personnel cautionne des pièces valorisées par le consommateur et, dès lors, de longue durée dans sa penderie. Conséquemment, alors qu'établir un style personnel se présente tel un comportement initié dans l'intention d'une consommation vestimentaire durable, le style personnel qui en résulte devient un instrument de la pratique ; ce dernier offrant un cadre en vue d'une acquisition responsable.

Dans cette optique, développer la consommation vestimentaire autour du style personnel amorce une vision aux antipodes de mode et de style. De fait, l'implantation de ce comportement d'acquisition affirme la proposition de Mikkonen, Vicdan et Markkulaet (2014) qui dépeignent la mode telle une consommation aveugle impérativement changeante et le style personnel telle une consommation stable et contrôlée reposant sur la fidélité des choix individuels. Dès lors, priser l'individualité, la stabilité et la maîtrise relatives au style entraîne (phase 3) une mutation de la perception de la mode et ses tendances, à savoir leur dépréciation. L'accomplissement des pratiques s'orientant toujours vers leur sens et direction prescrits (Nicolini, 2009), l'inéquation de la structure téléoaffective de la mode à celle de la pratique envisagée d'une consommation vestimentaire durable suscite sa dévalorisation et son désintéressement. Notamment, en aspirant à une consommation constante où l'acquisition s'établit sur la poursuite de styles en vogue, la mode dissipe les achats significatifs reposant sur les compétences incarnées des consommateurs telles que leur goût, leurs préférences et leurs besoins. Lundblad et Davies (2016) soutiennent d'ailleurs l'homogénéité des présentations s'appuyant sur la

mode, puis Machado et *al.* (2019 : 390, traduction libre) avancent la « dépersonnalisation progressive de l'individu ».

Compte tenu de ce qui précède, la mode discréditée certes pour son enfreinte aux fins de durabilité l'est de même pour sa nuisance à la création d'une identité individuelle distincte ; celle-ci établit comme un faire requis pour performer une consommation délibérée et de qualité. L'unicité et l'originalité désormais implantées telles des valeurs de l'acquisition vestimentaire durable, les consommateurs conçoivent « l'imitation des images de la mode comme l'antithèse du développement d'un style personnel propre » (Thompson et Haytko, 1997 : 27, traduction libre). Dès lors, la partie qui suit développe comment réorienter la consommation de la mode vers des achats singuliers et exclusifs poursuit le cheminement vers une consommation vestimentaire en suspens.

5.1.2.2 Déployer une consommation délibérée et de qualité à travers la collection de pièces singulières

Alors que Schatzki (2001) énonce que les tâches exécutées aux fins d'une pratique traduisent les désirs et les intentions de celui la performant, l'unicité à titre de désir, puis s'affranchir de l'homogénéité de la mode traditionnelle tel qu'intention motivent (phase 4) la substitution de sa chaîne d'acquisition pour des modèles alternatifs de consommation. Les spécificités de ces modèles préalablement statué tel qu'accordant les acquéreurs à leur conception renouvelée du vêtement, mobiliser ici leur offre exclusive et limitée favorise la formation d'une identité distincte.

Tandis que confectionner ses propres vêtements donne nécessairement lieu à des pièces uniques et personnelles fondamentalement moulées aux goûts, aux besoins et à la vision créative de son auteur, les marques et créateurs locaux génèrent ce sentiment d'exclusivité par leurs items nichés restreints en exemplaires et volontiers modulables aux mensurations du consommateur. Pour leur part, par l'agglomération d'articles individuels d'époques et de styles vestimentaires variés, les friperies produisent inévitablement des performances d'acquisition internement différenciées (Godfrey et *al.*, 2022 ; Magaudda, 2011) ; la performance étant assujettie à l'alignement des caractéristiques d'une pièce aux goûts, aux besoins et à la morphologie des acquéreurs. Spécialement, l'orientation de l'acquisition de seconde main repose sur les compétences des consommateurs (c.-à-d. préférences et besoins), différenciant ainsi la performance entre ceux-ci, et est limitée par l'offre accessible au moment de l'acquisition (c.-à-d. capacités des objets), variant

alors la performance d'une occasion à l'autre pour le même acquéreur. De telle sorte, fondée sur l'imbrication singulière des spécificités des objets et des compétences des agents, l'acquisition à travers ce modèle génère des possessions uniques à l'acquéreur qui, à l'opposé d'une offre dictée et homogène, facilite une identité distincte.

Dès lors, l'imprévisibilité de l'expérience en friperie ainsi posée telle une *chasse au trésor*, les acquéreurs usent de patience et de persévérance afin de dénicher des items correspondant d'une part à leur style personnel et, d'autre part, à leurs besoins. Néanmoins, nuanciant la définition purement spontanée de *la chasse aux trésors* de Machado et *al.* (2019), les acquéreurs envisageant une consommation délibérée et de qualité conçoivent de même *le trésor* tel que la pièce cohérente au besoin envisagé et préalablement réfléchi hasardeusement repérée dans les limites des disponibilités des friperies. Ainsi, dénicher avec succès des pièces cohérentes avec les besoins requis pour peaufiner le style personnel dans cette hétérogénéité de pièces singulières génère un sentiment d'accomplissement et une fierté. Corroborant Perera et *al.* (2018) où l'achat à travers les modèles alternatifs va au-delà des motivations environnementales, puisque, décrit tel que stimulant et amusant, il occasionne des achats émotionnellement affiliés, la recherche impliquée pour l'acquisition de seconde main renforce le sentiment de proximité et l'attachement envers les trouvailles. Ce point renchérissant Lundblad et Davies (2016) énonçant que l'investigation en matière de tissus, de production et de marque accorde une valeur émotionnelle aux vêtements, le sens de l'autonomie et la satisfaction ressentie envers le fruit du travail de confection génère de même une fierté pour les pièces créées de son propre chef.

Dès lors, ces forts sentiments d'affection à l'égard des items acquis entraînent (phase 5) à concevoir la penderie telle une collection de pièces inestimables dont la séparation est improbable. Cette nouvelle signification de la garde-robe traduisant l'achèvement d'une acquisition délibérée et de qualité illustre la façon dont les significations, les objets, puis les comportements agissent en interrelation dans l'accomplissement de la pratique envisagée d'une consommation vestimentaire durable. En ce qui a trait aux significations, concevoir l'acquisition de la mode telle que nécessitant de reposer sur une production responsable et des achats pérennes, génère le développement de nouvelles compétences chez les acquéreurs. Notamment, ces derniers aiguissent leur discernement des pratiques responsables de l'industrie et la compréhension de leur style personnel, puis s'arment d'une patience de recherche et d'une retenue en vue du respect de leurs besoins. Ainsi, ces compétences émergent et

jointes au sens renouvelé de la consommation de la mode facilitent l'adaptation au temps et à l'effort accrus requis pour l'acquisition dans les modèles alternatifs de consommation.

La réorientation des provenances d'acquisition implantant de nouveaux objets dans la consommation de la mode, mobiliser les modèles alternatifs tels que des lieux de la pratique facilitent l'accès à des items rares, anciens et originaux. De surcroît, le délai d'acquisition imposé par les spécificités de ces modèles renforce l'appréciation de la pièce procurée. Dès lors, l'introduction des modèles alternatifs aligne les consommateurs à la pratique envisagée d'une consommation durable, alors que la plus-value de la singularité de leurs items et le haut niveau d'engagement requis pour leur acquisition régénèrent la valeur et l'appréciation accordées aux pièces vestimentaires. Spécialement, ces dernières désormais posées telles qu'irremplaçables produisent une garde-robe inestimable ; celle-ci naissant alors d'un enchaînement de croisements entre les significations, les objets et les comportements d'acquisition des consommateurs.

Compte tenu de ce qui précède, par le contentement face à l'atteinte d'une garde-robe à valeur sentimentale, les consommateurs viennent à valoriser non pas uniquement des pratiques d'acquisition responsables, mais l'utilisation continue et le port itératif de leurs pièces. S'adjoignant aux fins de la pratique envisagée d'une consommation de mode durable, viser une manipulation continue traduit l'introduction de deux perceptions autour du vêtement, soit celui-ci comme *devant être manipulé*, puis *entretenu*. Tandis que la première sera abordée dans le segment subséquent, la deuxième conception reflète le caractère irremplaçable et inestimable des pièces vestimentaires. Dès lors, s'assurer de maintenir ses items par (phase 6) l'implantation d'actes d'entretien et de réparation se manifeste comme un comportement de consommation mobilisé afin d'assurer la longévité des pièces de valeur. À cet égard, les consommateurs s'engagent dans des activités telles que la réparation de leurs pièces, l'emploi de techniques de lavage adéquates ainsi que le nettoyage assidu et préventif de leurs items. L'habileté de coudre, puis les expériences d'entretien passées avec les vêtements favorisant le succès de leur préservation, celle-ci repose néanmoins plus fortement sur la volonté d'engagement des consommateurs.

Sur ce point, Godfrey et *al.* (2022) énoncent qu'à l'opposé des articles accessibles et échangeables où choisir de réparer découle de la rentabilité de s'y engager, « lorsqu'un consommateur adapte ses actes selon la forme singulière des objets usés, les processus de décision purement économiques ne parviennent pas à saisir la valeur de la réparation » (8, traduction libre). Ainsi, les objets à grande valeur significative ou utilitaire obtenant une place symbolique au sein des pratiques, les acquéreurs n'envisagent pas le

déroulement de leurs performances sans ceux-ci s'engagent activement à prolonger leurs capacités fonctionnelles. Dans le cas de la consommation vestimentaire durable, la proximité des pièces avec l'identité de son acquéreur, puis l'improbabilité d'être en mesure de remplacer ces pièces uniques laborieusement dénichées génèrent une valeur sentimentale motivant leur préservation.

De même, l'achat délibéré et de qualité s'achevant par le contentement envers la penderie, les acquéreurs viennent à suspendre leur acquisition faisant alors uniquement reposer leurs activités sur les pièces en leur possession. Par conséquent, s'assurer de la maintenance des capacités fonctionnelles et visuelles des items vestimentaires aux fins du déroulement adéquat des performances devient primordial pour les consommateurs satisfaits de leurs items et ne souhaitant pas retourner à la phase d'achat. En ce sens, les consommateurs, en se limitant à leurs possessions vestimentaires et, donc, en sollicitant fréquemment ces dernières dans leurs activités quotidiennes, effectuent ce que Godfrey et al. (2022) énoncent tels que des *microréalignements réguliers*. Spécialement, afin de conserver les items en circulation dans leurs performances et éviter leur retrait temporaire pour réparation *majeure*, les acquéreurs intègrent assidûment des actes d'entretien⁵ dans leurs pratiques de consommation qui, dès lors, allongent les capacités des objets au sein de leurs activités. En définitive, corroborant McLaren et McLauchlan (2015), s'engager dans le maintien des pièces vestimentaires renvoie plus fortement au désir de conserver les articles aimés qu'à des motivations environnementales.

Somme toute, à travers l'imbrication des significations, des comportements et des objets relatifs à la pratique de la consommation vestimentaire durable, le présent segment illustre les mécanismes œuvrant l'implantation de la pratique de la Slow Fashion et, particulièrement, son acquisition responsable et ralentie. Cette implantation initiée au préalable par l'introduction d'une perception renouvelée du vêtement, les acquéreurs, aux fins d'une consommation délibérée et de qualité, restructurent leurs performances d'acquisition par l'intégration de nouveaux lieux et règles d'achat. Dès lors, par le respect de leur style personnel et la mobilisation de modèles alternatifs, ces derniers acquièrent des pièces authentiques et singulières générant un contentement envers la garde-robe graduellement construite. La consommation vestimentaire se retrouvant alors suspendue

⁵ Les actes d'entretien assidus englobent des actions telles que nettoyer régulièrement et préventivement les souliers après le port, réparer les déchirures mineures se formant sur les vêtements, recoudre les boutons décousus, retirer hâtivement les tâches apparentes, etc.

au profit de l'utilisation continue des pièces de valeur, les acquéreurs, par l'attachement et le désir de conserver leurs items, s'engagent de ce fait dans leur entretien assidu et leur réparation. Ainsi, de la consommation délibérée, au délai d'achat allongé, à l'acquisition suspendue, puis aux actes de maintenance, les consommateurs adaptent et synchronisent leurs pratiques de consommation vestimentaire à la temporalité décélérée de la pratique de la Slow Fashion. Cela étant dit, le segment subséquent développe plus amplement sur la mise en œuvre de cette pratique au moyen du port pérenne desdites pièces de valeur.

5.1.3 Mettre en œuvre la Slow Fashion par une utilisation et un port continus

Ce segment synthétise en deuxième lieu les mécanismes soutenant la suspension de l'acquisition vestimentaire à la suite de l'introduction du vêtement conçu tel que *devant être manipulé*. De telle sorte, la reconfiguration des pratiques de consommation de la mode s'effectuant ici au-delà de la phase d'achat, prôner le port répété génère le développement de compétences d'habillement de manière à réinventer régulièrement l'image des pièces vestimentaires. Mêmement au segment précédent, la figure 5.2 visualise, de la conception renouvelée du vêtement telle qu'élément déclencheur, la chaîne causale occasionnant l'implantation de techniques d'usage donnant lieu à une acquisition vestimentaire limitée, soit la finalité envisagée de la Slow Fashion.

5.1.3.1 Déployer l'utilisation et le port continus à travers l'implantation de pratiques de l'habillement

D'entrée de jeu, Clark (2008 : 440, traduction libre) énonce que « lorsque le [vêtement] est un investissement, a une longévité fonctionnelle et reste également à *la mode*, il conserve son attrait pour le consommateur au-delà de la saison de la mode ». Le segment antérieur reflétant cette proposition, priser une consommation vestimentaire réfléchie, de qualité et authentique par l'entremise des modèles alternatifs de consommation implique d'invertir temps et effort à l'acquisition renforçant dès lors la proximité entre l'acquéreur et ses pièces. Ainsi, la patience, la recherche et la persévérance contraintes par ces lieux de la pratique, puis par l'acquisition exclusive d'items cohérents au style personnel comme comportement de consommation, génèrent des achats inestimables et indémodables qui, représentatifs de l'identité de son acquéreur, acquièrent un amour prolongé.

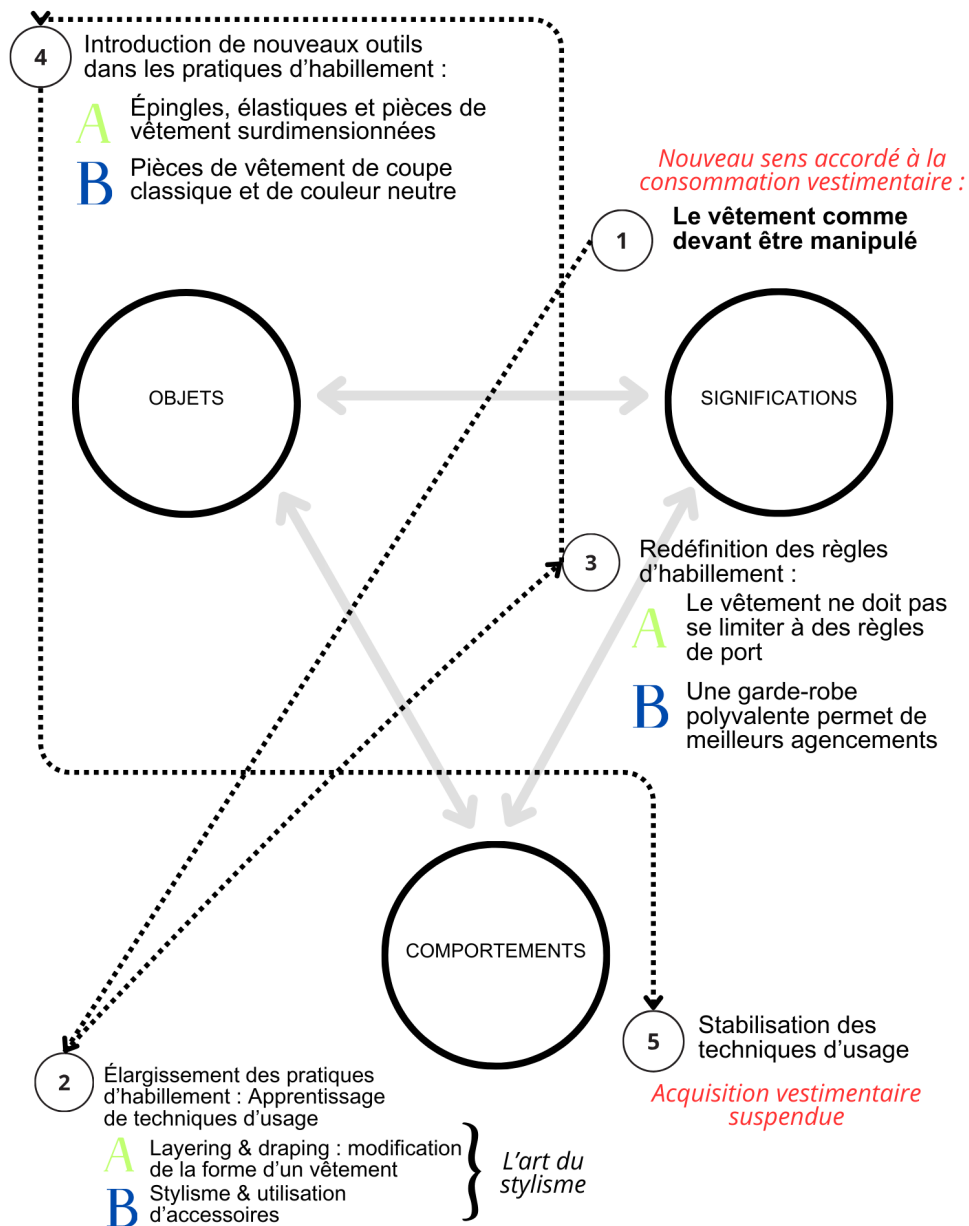


Figure 5.2 - Le processus d'intégration significative du vêtement comme devant être manipulé dans les pratiques de consommation vestimentaire, schématisé par le *circuit de la pratique* de Magaudda (2011)

L'affection et la fierté envers les possessions vestimentaires susdites posées telles qu'introduisant le port itératif comme fin de la pratique envisagée de la consommation de mode durable, la longévité fonctionnelle de pièces se retrouve, le cas présent, renforcée par les manipulations visant à maximiser leur circulation dans la garde-robe. De ces faits,

la figure 5.2 exhibe comment (phase 1) intégrer le vêtement tel que *devant être manipulé* à titre de nouveau sens de la pratique de la consommation vestimentaire durable donne lieu à (phase 2) la mobilisation et l'apprentissage de techniques d'usage (c.-à-d. *l'art du stylisme*). Mettre en œuvre la pratique de la Slow Fashion requérant par conséquent de juxtaposer des pratiques d'acquisition à des pratiques d'habillement, les acquéreurs se voient sujets à développer de nouvelles compétences aux fins de varier la présentation visuelle des pièces de leur penderie. Ainsi, alors que Warde (2005) explique que les ressources disponibles influent sur les compétences des agents, performer les pratiques d'habillement au moyen d'une sélection vestimentaire intentionnellement limitée génère ici des habilités d'agencement qui facilitent l'utilisation continue. Autrement dit, corroborant Clark (2008) avançant que se familiariser et explorer les possibilités créatives des items vestimentaires solidifient leur place dans la penderie, les savoir-faire desquels se munissent les consommateurs créent l'illusion d'une garde-robe abondante ; une incidence favorisant la suspension de l'achat vestimentaire et, donc, l'atteinte de la pratique envisagée.

À titre de première compétence acquise, les consommateurs développent (A) des techniques telles que le *layering* et le *draping* permettant de modifier la forme des pièces vestimentaires. Mobilisant les capacités fonctionnelles des objets, ces stratégies visent à réinventer l'usage préétabli des items de mode en élargissant l'utilité de ces derniers. À cet égard, Nicolini (2009) énonce que les objets matériels portent en eux le script de leur concepteur véhiculant ainsi une certaine manière d'agir et d'utilisation. De telle sorte, par désir de multiplier le port de leurs vêtements, les consommateurs créent et adjoignent plutôt leur propre *script* aux objets de consommation et commandent la manipulation de leurs pièces. Spécialement, superposer un chandail sur une robe pour la transformer en jupe, attacher un foulard de façon à le porter tel qu'un haut ou même épingle une jupe longue pour la raccourcir et former de la dimension sont des manœuvres qui redéfinissent les situations et les utilisations prescrites des items vestimentaires. Ainsi, corroborant Godfrey et al. (2022) affirmant que les objets acquièrent des capacités matérielles uniques lorsqu'intégrés et utilisés dans des pratiques de consommation, l'usage élargi des articles de mode, issu des manipulations créatives respectives de chaque utilisateur pour travestir et ajouter des capacités fonctionnelles à leurs pièces vestimentaires, favorise la mise en pratique d'un port pérenne.

Faisant même écho au façonnement de capacités matérielles uniques, (B) le stylisme, exercé particulièrement par l'utilisation et la variation des accessoires, habilite la

fluidité du style personnel tandis que les significations culturelles transposées aux objets matériels (McCracken, 1986) sont réadaptées de façon à varier la présentation des pièces vestimentaires. Notamment, Thompson et Haytko (1997 : 38, traduction libre) posent que les diverses « significations véhiculées à travers les discours de la mode offrent un terrain contestable que les consommateurs retravaillent de façon à construire leur identité ». À ce titre, ils décrivent les styles vestimentaires tels des métonymies distinguant des types sociaux spécifiques sur la base desquels les individus développent une image qui leur est propre par affiliation ou dissociation à l'un ou plusieurs de ces types. Traduit au stylisme, les consommateurs, telles que les conclusions de Bly et *al.* (2015), magasinent dans leurs propres penderies, puis parviennent au réagencement de leurs pièces vestimentaire en s'inspirant, s'appropriant, déconstruisant et manipulant les identités variées préfabriquées par la publicité et le système de la mode (voir McCracken, 1986). Spécialement définis par Thompson et Haytko (1997) ainsi que Marion et Nairn (2011) comme des *bricoleurs de mode*, les acquéreurs modulent ainsi leurs articles à différents créneaux vestimentaires (e.g. *streetwear*, *college core*, féminin, *earthy*) ; les accessoires tels que les bijoux et les chaussures posés à titre d'objets facilitant cette adaptation.

Enfin, le stylisme, implanté comme conduite aux fins de la pratique envisagée de la consommation vestimentaire durable, repose sur les compétences des consommateurs à reconnaître les types de mode, puis à sélectionner leurs pièces associées dans les limites de leur possession de manière à assembler des présentations visuelles cohérentes. Au surplus, cette technique d'usage sollicite l'habileté d'agencer les vêtements de façon à les adapter aux codes des diverses situations sociales (p. ex. milieu professionnel versus sortie récréative, voir Murray, 2002). Dès lors, le stylisme, à titre de comportement introduit dans la pratique de la consommation de mode durable, imbrique les compréhensions culturelles de l'habillement, les compétences d'identification, d'analyse et d'agencement des codes vestimentaires des consommateurs ainsi que la capacité des articles de mode possédés à faciliter de tels agencements. Ce dernier point sur les facultés fournies par les objets vestimentaires sera plus amplement détaillé dans la portion subséquente.

Cela dit, tandis que mobiliser *l'art du stylisme* diversifie le port des articles vestimentaires possédés, puis facilite leur utilisation continue, intégrer ces techniques défiant les normes d'usage et les codes vestimentaires préétablis (phase 3) mute les conceptions associées à l'habillement. Spécialement, introduire ces procédés dans la pratique de la Slow Fashion

mène les acquéreurs à valoriser l'usage créatif d'une garde-robe intelligente et cohésive. Ainsi, énonçant en premier lieu les processus entraînant une telle perception, la partie qui suit développe comment cette dernière induit l'implantation de nouveaux objets dans les pratiques d'habillement qui, adjoints aux aptitudes des consommateurs, soutiennent la fin envisagée d'une acquisition vestimentaire suspendue.

5.1.3.2 Déployer l'utilisation et le port continu à travers l'usage créatif d'une garde-robe cohésive

De prime abord, (A) manier à son gré les pièces vestimentaires à travers le *layering* et le *draping* redéfinit les règles de l'habillement tandis que les articles de mode sont dès lors perçus tels que ne devant être purement portés dans les limites de leur usage prescrit. À ce propos, Fletcher (2008 : 187, traduction libre, cité dans McLaren et McLauchlan, 2015) pose que « les produits en série sont présentés [aux acquéreurs] tels que complets ou *fermés* avec un statut presque intouchable ou sacro-saint [dissuadant ainsi] de les personnaliser pour se les approprier ». Ce faisant, *dénaturer* la forme ainsi que l'usage des pièces à titre de conduite valorisée marque d'une part l'achèvement d'une réelle soustraction des acquéreurs envisageant une consommation vestimentaire durable des conventions du système traditionnel de la mode. Spécialement, ne se dissociant pas uniquement des normes de production, d'acquisition et d'élimination du modèle dominant, ces derniers viennent également à décliner le statu quo des images et des emplois qu'il fixe par l'entremise de son prêt-à-porter. D'autre part, alors que les pratiques s'organisent autour de structures téléoaffectives informant des fins, puis des tâches et des croyances spécifiques pour leur atteinte (Schatzki, 2001), la conversion des règles de l'habillement se manifeste au surplus telle une incidence de la visée de s'affranchir de l'homogénéité de la mode traditionnelle ; les acquéreurs affichant également leur unicité et individualité vestimentaire à travers *l'art du stylisme*.

Par ailleurs, (B) habilement adapter ses habits à des styles vestimentaires variés, réforme de même les compréhensions associées à l'habillement et, plus particulièrement, à la garde-robe en soi, tandis que, contrairement à la Fast Fashion qui incite à concevoir une penderie garnie telle qu'un idéal, *l'art du stylisme* introduit la garde-robe polyvalente comme une de réelle utilité. Ainsi, renvoyant à Fletcher (2007) spécifiant la Slow Fashion telle que la *qualité* plutôt que la *quantité*, les consommateurs valorisent et aspirent à une garde-robe efficiente composée de pièces de versatile qui, non riche en nombres, mais en possibilités de combinaisons, circulent aisément et constamment dans les pratiques

de l'habillement. Ce point accusant, tel que précédemment avancé, les facultés fournies par les objets vestimentaires, Godfrey et *al.* (2022) énoncent spécialement que la portée des significations et des actions qui exercent la mise en œuvre des pratiques relève fortement des capacités matérielles des objets à susciter leur intégration. Ainsi, poser qu'une garde-robe polyvalente aise le remaniement des articles possédés à divers styles vestimentaires requiert que les items la composant, par leurs caractéristiques visuelles et fonctionnelles, corroborent et solidifient une telle conception.

Dans cette optique, (phase 4) (B) l'intégration de pièces de base dans la garde-robe résulte de et perpétue cette nouvelle compréhension. Agissant en interdépendance, ces objets facilitent l'exécution du stylisme, ce qui renforce les significations autour de la penderie polyvalente ayant généré au préalable leur sollicitation en tant qu'indispensables de cettedite technique d'usage. Plus concrètement, les couleurs neutres, puis les coupes classiques caractérisant les pièces de base se manifestent tels des éléments soutenant les pratiques de l'habillement, puisque passe-partout, malléables et dissimulables dans une pluralité de tenues, ces vêtements lient les items *dépareillés* et flamboyants (i.e. *statement pieces*) dénichés grâce aux modèles alternatifs d'acquisition. Dès lors, que ces articles de base soient mobilisés par les acquéreurs, car posés tels des objets nécessaires à la création de combinaisons vestimentaires logiques, corrobore que les capacités des objets, jointes aux compétences humaines, contraignent ou soutiennent les pratiques (Godfrey et *al.*, 2022, Magaudda, 2011 ; Scheurenbrand, 2018). Ainsi, indépendamment des compétences d'identification, d'analyse et d'agencement des codes vestimentaires d'un consommateur, ces items assurent la cohésion des pièces constituant la garde-robe, puis assistent la formation de multiples assemblages. De telle manière, où les *statements pieces* contribuent à l'unicité vestimentaire, mais limitent la richesse des agencements si exclusivement sollicitées, les pièces de base, par la *garde-robe capsule* qui en découle, soutiennent la mise en œuvre du stylisme, puis favorisent le port maximisé de l'ensemble des items de la penderie.

Enfin, or l'intégration de ces articles de base dans la garde-robe, (A) concevoir le vêtement tel que ne devant être exclusivement manié dans les limites de son utilisation prescrite introduit en outre de nouveaux outils dans les pratiques de l'habillement à savoir des épingles, des élastiques, puis des pièces vestimentaires surdimensionnées procurant une plus grande liberté pour la manipulation. De telle sorte, ne pas se restreindre à la culture particulière de l'action des objets de mode (Nicolini, 2009) incite les acquéreurs à explorer de nouvelles avenues créatives ; ces objets non conventionnels à l'habillement

(c.-à-d. les épingles et les élastiques) étant incorporés aux techniques d'usage à titre de ressources supplémentaires pour accroître et varier les manières de dénaturer la forme des pièces vestimentaires. Particulièrement, ajouter des fronces à une jupe droite, cintrer la silhouette d'une chemise surdimensionnée ou écourter la longueur d'un haut à l'aide d'un élastique se présentent telles des modifications temporaires réalisables grâce aux habilités fournies par cesdits objets.

Ces capacités se manifestant en liaison avec les facultés des consommateurs, user avec aisance de ces nouveaux outils des pratiques de l'habillement requiert sans conteste le développement de nouveaux savoir-faire chez ces derniers. L'engagement se posant tel un facteur supplémentaire influant sur les compétences des agents (Warde, 2005), affectionner, d'un, l'expérimentation vestimentaire et aspirer, de deux, à un port répété, mais dissemblable de ses pièces, motivent un apprentissage créatif chez les acquéreurs. À ce titre, Warde (2014 : 293, traduction libre) précise que « l'apprentissage de procédures pratiques découle de la répétition, de l'habitude, de la routine et de la convention », des processus résultant possiblement d'interactions, de coordinations et d'expositions aux performances pratiques de soi et d'autrui. Traduit au cas présent, les consommateurs, à travers leurs interactions répétées avec les épingles, les élastiques et le tissu additionnel à manier des pièces vestimentaires amples, s'instruisent et développent de leurs essais antérieurs ; leurs expériences passées informant quelles manipulations sont à retenir, à bonifier ou à juger tel un échec. Ainsi, par la reproduction des modifications vestimentaires approuvées et favorites, les consommateurs perfectionnent leurs techniques d'usage cordialement acquises ; celles-ci formant graduellement des habitudes où ces façons de faire deviennent seconde nature.

Cela dit, l'implantation de ces actes de manipulation fait écho aux conclusions de Magaudda (2011) et Zanette et *al.* (2022) où les objets de consommation sont posés tels que s'intégrant de manière routinière à l'intérieur des pratiques à la suite de la stabilisation des nouvelles significations et compétences initiées par leur introduction. À la différence de ne pas être l'élément perturbant le déroulement des pratiques, l'introduction de pièces de base et d'objets inusuels à titre de ressources matérielles pourvoit même de nouvelles aptitudes chez les acquéreurs qui à leur tour (phase 5) stabilisent au sein des pratiques de l'habillement les techniques d'usage implantées au préalable aux fins du port pérenne. Spécialement, l'aisance avec laquelle les consommateurs peuvent, à la suite de la mobilisation de ces outils, se prêter au *layering*, au *draping* et au stylisme consolide les bénéfices de ces méthodes pour la maximisation du port ; *l'art du stylisme* s'implantant

dès lors à titre de conduite normée des pratiques de l'habillement. En bref, ces objets de consommation devenant non seulement communs et indispensables auxdites pratiques de l'habillement, les procédés qu'ils solidifient soutiennent la suspension de l'acquisition vestimentaire.

Ainsi, approfondissant cette assertion, la partie qui suit synthétise comment parvenir à exécuter *l'art du stylisme* avec adresse renforce l'illusion d'une garde-robe plus abondante qui, subséquentement, nie le recours à la consommation telle une nécessité pour mener à bien l'habillement. Notamment, en fortifiant le sentiment de proximité entre l'acquéreur et ses pièces vestimentaires, puis en défiant la précarité de la mode, les techniques d'usage susdites limitent le retour à l'acquisition ; une incidence attestant l'atteinte de la finalité envisagée de la pratique de la Slow Fashion.

5.1.3.3 L'art du stylisme tel que freinant le retour à la consommation

D'entrée de jeu, *l'art du stylisme*, par la substitution de la consommation pour l'utilisation prolongée de ses possessions vestimentaires, affirme les dires de Fletcher (2012) où les articles de mode qui surmontent l'obsolescence ne le font pas purement en raison de leurs qualités matérielles ou de confection, mais plutôt au moyen des actes d'utilisation des consommateurs. Ainsi, la durabilité de la mode résulte plus fortement des stratégies des individus afin d'accroître la longévité de leurs pièces que de leur conception. Le segment précédent effleurant d'ailleurs ce point à travers les pratiques de réparation et d'entretiens assidus, le présent illustre les mécanismes perpétuant l'acquisition limitée envisagée de la Slow Fashion par l'entremise des pratiques de l'habillement.

À cet effet, les significations et les objets se dévoilent telles des composantes influentes dans la mise en pratique de cette consommation modérée. Spécialement, poser le vêtement comme devant être manipulé au-delà de ses normes de port occasionne une ouverture créative chez les acquéreurs qui, dès lors, prennent la liberté d'explorer des manières audacieuses de dénaturer la forme et la présentation visuelle de leurs pièces. Secondés par les articles de base induisant une garde-robe polyvalente et versatile, puis par les ressources matérielles⁶ variant les façons satisfaisantes de remanier l'apparence de leurs items, les acquéreurs, par suite de compétences acquises pour mobiliser ces outils, dressent des techniques d'usage qui, répétées, s'implantent à titre de routines. Par

⁶ Les ressources matérielles correspondent ici aux élastiques, aux épingles, aux items amples et aux accessoires.

conséquent, en mesure de faire plus avec moins et munis de possibilités de modification additionnelles, les consommateurs trouvent leur besoin d'acquisition minimisé ; les pièces possédées se mariant les unes aux autres, puis circulant aisément et diversement dans de multiples agencements cohésifs.

Tout compte fait, la mutation des conceptions autour du vêtement introduisant de nouveaux objets et savoir-faire à l'intérieur des pratiques de l'habillement, leur imbrication soutient des conduites d'usage qui renforcent le lien entre le consommateur et ses pièces. À ce propos, Fletcher (2012 : 224, traduction libre) avise que « notre besoin de formation identitaire, de communication et de créativité exprimé à travers nos corps habillés est le principal défi de la durabilité ». Dans le cas présent, *l'art du stylisme* répond à ces notions d'identité et d'inventivité, alors que l'utilisateur remodèle la présentation de ses articles de mode d'une manière propre, originale et innovante. De telle sorte, parvenir à renouveler à maintes reprises l'image de ses items se pose tel un défi créatif où la fierté ressentie face à cet accomplissement substitue l'excitation de la consommation et solidifie la façon dont ces derniers nous représentent.

De surcroît, mobiliser *l'art du stylisme* facilite la négociation avec la mutabilité de la mode, alors que ne menant pas nécessairement à l'acquisition, celle-ci est traduite aux styles de combinaisons créées de manière à conserver les pièces possédées au goût du jour. Spécialement, par leurs aptitudes d'analyse et d'agencement des codes vestimentaires, puis par leurs articles de base intemporels incorporés à leur penderie reflétant initialement leur style personnel, les consommateurs sont aptes à adapter, si souhaité, l'apparence de leurs habillements aux tendances imminentes. Dès lors, *l'art du stylisme* se pose en outre telle une tactique facilitant de défier la nature évolutive des goûts et de la mode qui, initiant de nouvelles pratiques envisagées, peut nuire à la compatibilité des anciens objets de consommation (Godfrey et al., 2022).

Somme toute, le contentement envers ses pièces vestimentaires et leurs possibilités créatives favorise une longévité d'usage qui, en plus de maximiser le port, limite le recours à la consommation. Dès lors, en privilégiant, puis mettant en œuvre l'utilisation continue et innovatrice de leurs vêtements, les acquéreurs se moulent et pratiquent la temporalité décélérée de la Slow Fashion ; cette dernière correspondant ici à la diminution du rythme et de la fréquence de l'acquisition vestimentaire.

5.1.4 Synthèse de la mise en application de la pratique de la Slow Fashion

En définitive, cette discussion des résultats permet de mettre en lumière les motifs incitant, ainsi que les mécanismes opérant la mise en œuvre de la pratique de la Slow Fashion dans les pratiques de la consommation de la mode. Sommairement, animés d'emblée par leur conscience environnementale et sociale, puis par leur regard critique face au rythme accéléré normé de la production et de la consommation de mode, les acquéreurs viennent à délégitimer les pratiques de la Fast Fashion. Ainsi, aspirant à établir leur consommation vestimentaire sur des conduites jugées acceptables, les consommateurs redéfinissent les fins projetées de leurs pratiques ; le tout générant subséquemment la redirection de la structure téléoaffective orchestrant cesdites pratiques de la consommation de la mode. La décroissance et le ralentissement de l'acquisition s'implantant désormais à titre de finalités désirées, les acquéreurs perçoivent la consommation délibérée et de qualité, ainsi que l'utilisation et le port prolongés tels que des conduites requises pour la mise en œuvre de la Slow Fashion, soit la nouvelle pratique admissible par sa temporalité d'acquisition décéléré.

Dès lors, de ces nouvelles *tâches spécifiques* (Schatzki, 2001) s'ensuit l'introduction de croyances acceptables renouvelées face à la consommation, à l'entretien et à l'usage du vêtement qui, à leur tour, façonnent le cheminement vers la mise en pratique de ladite temporalité de consommation décéléré de la Slow Fashion. Ainsi, poser dans un premier temps le vêtement tel qu'étant indissociable de sa production entraîne la mobilisation de nouveaux lieux de consommation qui, en sus de pourvoir les consommateurs d'articles de mode uniques plus étroitement alignés à leur conception du vêtement, imposent temps et effort supplémentaires à l'acquisition accentuant de ce fait la valeur de leurs sélections. Cette croyance implantant de même l'exigence de prioriser des pièces cohérentes avec son style personnel à titre de règle d'acquisition, les acquéreurs viennent à graduellement construire une penderie dont les items, outre les représenter, deviennent indispensables au portrait de leur identité. De telle sorte, tandis que l'imbrication des lieux d'acquisition et des significations renouvelées de la pièce vestimentaire génère des comportements de consommation réfléchis et valables, les consommateurs, acquérant des items exclusifs et personnels, renforcent leur désir de (re) porter leurs articles de mode. En conséquence, de la consommation délibérée et de qualité se manifestent, dans un second temps, le port et l'utilisation prolongés telles que les conduites de prévalence.

Considéré ainsi, le contentement envers la penderie mène à percevoir le vêtement comme devant être manipulé, puis entretenu. Ces nouvelles conceptions agglomérant,

aux pratiques de la consommation vestimentaire, des pratiques de réparation, d'entretien et d'habillement, les consommateurs se voient mobiliser de nouveaux objets et acquérir de nouvelles compétences afin d'assurer la maximisation du port de leurs pièces. Les capacités des objets dictant les pratiques de réparation et d'entretien, les comportements qu'elles englobent sont entrepris de façon à assurer la longévité fonctionnelle des pièces vestimentaires aux fins de prolonger leur circulation dans les pratiques de l'habillement. Dès lors, s'instruire sur la demande en entretien des tissus ou mobiliser les habilités en couture de soi ou d'autrui sont des exemples de compétences acquises ou sollicitées en vue de préserver l'état des articles de valeur. En ce sens, les pratiques de réparation et d'entretien maximisant le port des vêtements en limitant leur retrait anticipé des pratiques de l'habillement, ces dernières accroissent quant à elles l'utilisation des items de mode possédés par la diversification de leur usage et de leur apparence visuelle. Normalisant la manipulation créative des articles vestimentaires, les acquéreurs, en se familiarisant avec des outils inusuels, puis des accessoires, des pièces de base et des styles amples, développent des techniques comme le *layering*, le *draping* et le stylisme qui renouvellent à maintes reprises la présentation de leurs vêtements et renforcent leur lien de proximité avec ceux-ci. Ainsi, *l'art du stylisme* accentuant la satisfaction envers les possessions de mode, ses possibilités créatives nient l'acquisition telle une nécessité et secondent, par conséquent, sa suspension.

Tout cela considéré, la discussion des résultats, à travers ses schématisations guidées par le *circuit de la pratique* de Magaudda (2011), a su révéler que mettre en œuvre la pratique de la Slow Fashion dans les pratiques de la consommation vestimentaire correspond à synchroniser le rythme et la fréquence d'acquisition de ces dernières à la temporalité décéléré de la Slow Fashion. À cet effet, le ralentissement de cesdites pratiques à titre de fin se présente tel un processus qui, initié par les motifs renouvelés de la consommation de la mode, se structure autour de ses nouvelles significations vestimentaires. Animant dès lors le cheminement vers la décélération de la consommation de la mode, les nouvelles croyances, jointes aux outils et aux compétences qu'elles introduisent pour leur implantation, induisent une acquisition initialement délibérée et d'une exécution allongée qui, s'en suivant d'un port maximisé et d'un entretien des pièces acquises, se mute en une modérée. Ainsi, mettre en œuvre la temporalité décéléré de la pratique de la Slow Fashion requiert certes des achats de mode sélectifs et exclusifs, mais, plus considérablement, l'appel à des pratiques d'usage et de maintenance qui

assurent leur utilisation perpétuelle ainsi que soutiennent la restriction de l'acquisition. Cela dit, la discussion des résultats ayant affirmé, puis nuancé quelques conclusions de précédents articles scientifiques, la section qui suit développe plus amplement sur les deux contributions théoriques majeures de cette étude. Dès lors, l'approfondissement des connaissances autour de la Slow Fashion, puis l'apport à la théorie de la pratique et sa notion de temporalité seront prochainement discutés.

5.2 Contributions théoriques

Précédemment, la revue de la littérature informait d'une lacune théorique notable autour des connaissances sur la mode durable, et plus largement sur la consommation durable, soit une attention accrue sur la phase d'acquisition contre une observation limitée de la manière dont les articles vestimentaires sont subséquemment consommés. Or, Fletcher (2012), Busalim et *al.* (2022), Jung et Jin (2014), puis McLaren et McLauchlan (2015) ayant souligné l'importance de se pencher sur l'utilisation ; les comportements d'usage des consommateurs étant de poids pour la durabilité dans la mode, la présente recherche avança la Slow Fashion telle une avenue pour répondre à ce déficit théorique. De fait, les produits les plus durables étant ceux déjà en sa possession, explorer cette pratique de nature holistique combinant une acquisition lente à une utilisation prolongée révèle la pertinence d'observer la manière dont les consommateurs prennent soin de ceux-ci. Notamment, en soulignant l'incidence d'une considération et connexion émotionnelle envers les vêtements, cette étude dévoile des pratiques de consommation indépendantes de l'achat de produits ; c'est-à-dire comment les acquéreurs lavent soigneusement leurs pièces, les portent et les restaurent lorsque l'usage se manifeste. Ainsi, exhibant en quoi appliquer la décélération de la consommation vestimentaire promue par la pratique de la Slow Fashion orchestre des pratiques d'acquisition et d'usage pour une durabilité pré et post-achat, cette recherche élargit avant tout les présents travaux sur la mode durable.

Cela dit, tandis que toujours posé tel un modèle de consommation émergent dans la littérature, approcher ici la Slow Fashion sous la théorie de la pratique étoffe en sus notablement les connaissances autour de cette dernière. Spécialement, en mettant en lumière l'évolution des significations associées à la consommation de la mode, cette étude étale les motivations, les compétences ainsi que les objets qui, mis en relation avec ces croyances renouvelées, permettent la mise en œuvre de la Slow Fashion. En revanche, perfectionnant plus amplement la compréhension de cette pratique, cette section des contributions théoriques explicite, dans une première mesure, comment mobiliser cette

lentille théorique approfondit la définition de la Slow Fashion et, dans une deuxième, comment cette pratique de consommation ajoute à la littérature sur la temporalité des pratiques de cette théorie.

5.2.1 La Slow Fashion telle une pratique intégrative assistée par le style personnel

En ce qui a trait à la manière d'aborder la Slow Fashion, analyser ce modèle de consommation sous l'angle de la théorie de la pratique génère une caractérisation bonifiée de ce modèle, alors que celui-ci peut en outre être décrit comme une pratique *intégrative* ; c'est-à-dire telle qu'englobant une multitude de pratiques *dispersées* participant à la concrétisation de son but téléoaffectif (Schatzki, 1996, cité dans Warde, 2005). Spécialement, la présente littérature dépeint la Slow Fashion comme un modèle où la production, soit la conception, l'approvisionnement et la distribution, puis la consommation, soit l'acquisition, l'usage et l'élimination, doivent s'aligner de concert sur la durabilité (Clark, 2008 ; Fletcher, 2010 ; Diddi et *al.*, 2019 ; Jung et Jin, 2014 ; Ozdamar Ertekin et Atik, 2015 ; Pookulangara et Shephard, 2013). À ce titre, cette notion de la théorie de la pratique donne matière à poser ces multiples branches constituant la Slow Fashion comme des pratiques *dispersées* qui, conjointement, œuvrent pour la finalité de cette pratique *intégrative*.

Sous un angle similaire, ce modèle peut également être dépeint telle une pratique de niveau supérieur (c.-à-d. « *higher level practices* », Schatzki, 2012), dès lors que sa performance s'articule autour de hiérarchies téléologiques. En effet, cette dernière repose sur des structures d'actions où des activités de base sont exécutées en vue de répondre aux activités de complexité supérieure qu'elles structurent ; celles-ci étant successivement réalisées, puis, ainsi de suite, afin d'accomplir le but de ladite pratique qu'elles composent. « Les hiérarchies téléologiques culminant au sein d'activités traduisant la fin d'un individu » (Schatzki, 2012 : 15, traduction libre), l'achèvement d'une telle agglomération d'activités complexes prend aussi bien la forme de pratiques isolées que regroupées ; le cas second occasionnant des pratiques plus structurées.

Compte tenu de ce qui précède, la Slow Fashion peut en supplément être abordée comme une pratique de plus haut niveau hiérarchique ; les pratiques de production et de consommation, puis les pratiques sous-jacentes et les activités que celles-ci englobent à leur tour, étant exécutées de manière à répondre à son but téléologique de durabilité. À l'égard du comportement consommateur, acquérir des vêtements, en guise d'exemple, se présente tel qu'une activité plus ou moins complexe de la consommation vestimentaire

pouvant s'effectuer sans réelle réflexion ou intention durable. Cependant, désirer réaliser cette activité de manière consciencieuse nécessite d'y adjoindre des activités comme la recherche de marques responsables, l'analyse de ses besoins, ainsi que l'identification de son style personnel ; un regroupement générant une pratique plus hiérarchique que la simple acquisition vestimentaire, soit une consommation durable de la mode. Ainsi, d'un regard global, les pratiques *dispersées*, ou d'infériorité hiérarchique, que sont les pratiques d'acquisition, d'habillement et d'entretien, incorporent des activités dites consciencieuses aux activités de base de la consommation vestimentaire. Enfin, de la performance de ces nouvelles configurations complexifiées s'accomplit une consommation réduite de la mode, puis une longévité d'usage ; des actes satisfaisant la finalité générale de la Slow Fashion.

Cela étant dit, outre enrichir la définition de ce modèle par l'entremise des notions de pratique intégrative et de hiérarchies téléologiques, cette recherche bonifie de surcroît la caractérisation de la Slow Fashion, puisqu'elle précise quelle composante est, auprès des consommateurs, de premier plan pour solidifier la mise en pratique de sa consommation vestimentaire durable. Préalablement, Clark (2008) indiquait qu'un vêtement générant des expériences significatives en vertu de ses valeurs matérielles et émotionnelles promettait, à l'opposé de l'un dépourvu de proximité avec son acquéreur, une longévité dans la garde-robe. Corroborant ce propos, cette étude enseigne que le style personnel se pose comme un outil inhérent dans l'accomplissement d'une consommation vestimentaire où les pièces acquises sont estimées et, donc, en tant que partie intégrante de la penderie, conservées.

Spécialement, les pratiques requérant inévitablement, pour leur déploiement, les moyens techniques fournis par les entités matérielles (Warde, 2014), le style personnel⁷, par son cadre *restrictif*⁸, canalise l'acquisition ; un facteur influant subséquemment la mise en œuvre de la pratique de la Slow Fashion en dehors de la phase d'achat. De fait, la disposition à se prêter à des activités favorisant l'usage prolongé et la préservation des vêtements est subordonnée à une consommation vestimentaire préalablement et proprement exécutée autour du style personnel. Plus spécifiquement, la sélection de pièces cohérentes avec l'identité de l'acquéreur génère une connectivité entre ces deux

⁷ Ici, il est à spécifier que le style personnel se présente telle qu'une entité matérielle, puisque relié aux goûts d'un individu, il renvoie au corps comme un instrument de la pratique (voir Røpke, 2009 ; Schatzki, 2001 ; 2012)

⁸ À rappeler que le style personnel n'est pas péjorativement restrictif, tandis qu'il ne brime pas la liberté d'acquisition du consommateur, mais plutôt outille ce dernier à faire des choix éclairés dans l'optique d'une consommation vestimentaire consciencieuse et justifiée.

entités qui, soutenant le port pérenne, est en sus renforcée à travers les pratiques d'habillement. Notamment, en apprenant à varier l'image de leurs pièces au moyen de manipulations devant seconde nature, les acquéreurs ancrent plus fortement celles-ci dans leur style vestimentaire. Conséquemment, tandis que ces techniques d'usage constituent des façons de faire propres aux consommateurs aux fins d'accentuer la présentation de leur style, les valeurs matérielles et émotionnelles que ces pratiques d'habillement imprègnent aux vêtements font de ces derniers des indispensables de la garde-robe. Tout cela considéré, le style personnel assurant initialement la validité des acquisitions, puis animant, par subséquent, les manipulations vestimentaires, motive enfin des actes d'entretien de façon à perpétuer l'utilisation de ces pièces significatives caractéristiques de l'identité personnelle.

En définitive, que le style personnel influe l'accomplissement d'une décélération de la consommation vestimentaire appuie qu'il et la pratique de la Slow Fashion s'assemblent sous une forte relation de *préfiguration* et de *constitution* (Schatzki, 2012). À ce sujet, Schatzki (2012) énonce que les entités matérielles, étant essentielles, omniprésentes et, donc, constitutives des pratiques, préfigurent la perpétuation de ces dernières ; leurs arrangements actuels influant la nature de l'activité à venir. Ainsi, qu'un vêtement cohésif à l'identité de l'acquéreur soutient la suspension de l'acquisition et, le contraire, favorise sa reprise, atteste que le style personnel est une disposition initiale facilitant les activités ultérieures cheminant vers une consommation durable. Somme toute, bien que les objets, les significations et les comportements coordonnés d'une pratique agissent conjointement pour l'atteinte de sa fin (Schatzki, 2001), il est adéquat de poser le style personnel comme un instrument dominant de la pratique de la Slow Fashion.

Enfin, affirmer le style personnel tel qu'un pilier de cette pratique, alors qu'il aiguille, à l'endroit du consommateur, ses pratiques *dispersées* de consommation, d'habillement et d'entretien, corrobore les conclusions de Bly et *al.* (2015), Cho et *al.* (2015), Gupta et *al.* (2019), puis Lundblad et Davies (2016) posant le style personnel, en sus d'une stratégie, comme l'achèvement de la consommation vestimentaire durable (Bly et *al.*, 2015). De fait, ces travaux proposent d'aborder la consommation responsable de la mode comme le *style durable* (Bly et *al.*, 2015 ; Lundblad et Davies, 2016) ou la *consommation de style* (Cho et *al.*, 2015), alors que le style personnel, fidèle aux goûts et aux intérêts de chacun, s'appuie sur des éléments relativement stables et cohérents au contraire de la mode éphémère et constamment remaniée. De telle manière, cette consommation vestimentaire dirigée de l'intérieur, plutôt que de l'extérieur (Lundblad et Davies, 2016), donne lieu à se libérer des

pressions concurrentielles à consommer (Bly et *al.*, 2015) ; un phénomène de la mode moderne qui, dans le cas de cette étude, peut « être perçu comme une coercition sociale externe nous obligeant inutilement à nous soumettre à son pouvoir » (Gronow, 2009 : 130, traduction libre). En bref, les acquéreurs privilégiant le style personnel affichant réduire le rythme de leur consommation (Gupta et *al.*, 2019), ce dernier prouve rallier la durabilité à la mode (Bly et *al.*, 2015).

Alors, ce bilan mettant en évidence la force de la liaison entre le style personnel et l'acquisition vestimentaire responsable, la présente recherche enseigne que ce dernier possède de surcroît une influence significative et bénéfique sur les phases d'usage et d'entretien. Conséquemment, le poids du style personnel ne se résume pas uniquement à l'acquisition, mais à l'ensemble de la pratique de la consommation vestimentaire durable comprise dans la pratique de la Slow Fashion.

En abrégé, en plus d'enrichir la littérature sur la mode durable, ce segment témoigne d'une avancée dans la caractérisation du modèle de consommation émergent qu'est la Slow Fashion. Plus particulièrement, il informe que de reconnaître ce modèle tel qu'une pratique *intégrative* traduit la nature holistique de la Slow Fashion. De la sorte, la refonte de l'industrie de la mode par l'approche lente (Clark, 2008) ne peut pleinement s'accomplir sans l'union des maintes divisions de cette industrie vers sa finalité de durabilité. À noter que cette fin, à l'égard du consommateur, s'achève par la jonction d'activités responsables aux pratiques de consommation faisant de la Slow Fashion une pratique de hiérarchie supérieure. Ajoutant à ce point, le style personnel se confirme être un appui considérable dans la pratique de la consommation durable. Ainsi, définir cette pratique telle une consommation priorisant la qualité à la quantité (Fletcher, 2007) sous-entend une où le style personnel, joint à une conscientisation des répercussions d'une acquisition excessive, génère des choix éclairés et valorisés qui, perdurant dans la garde-robe, ralentissent le retour à la phase d'achat. Cela dit, s'attaquant à la notion de temporalité des pratiques de consommation, la portion suivante illustre dans quelle mesure la pratique de la Slow Fashion, et particulièrement sa décélération de la consommation de la mode, supplémente ce concept de la théorie de la pratique.

5.2.2 Parvenir à la temporalité décéléré de la pratique de la Slow Fashion par une restructuration de la pratique de la consommation vestimentaire

D'emblée, Husemann et *al.* (2019) explique la décélération comme une expérience où le temps semble ralenti en raison de la diminution, par unité de temps, de certaines activités comprises dans des formes de consommation. Explorant les motifs, puis les procédés par lesquels les individus parviennent à s'adapter à un rythme temporel réduit, leurs travaux se penchent cependant plus spécifiquement sur les *oasis de décélération* ; c'est-à-dire des espaces qui, bien que situés dans la réalité sociale accélérée, y sont isolés, ou plutôt protégés, de manière à permettre une cadence de vie temporairement ralentie. Dès lors, par l'observation et la participation à un pèlerinage, Husemann et *al.* (2019) dévoilent que par une décélération incarnée, technologique et épisodique, les individus « s'adaptent habilement et s'alignent progressivement à une logique temporelle ralentie engendrant de percevoir le temps comme lent et abondant » (40, traduction libre).

Cela dit, examinant les vécus de ceux s'engageant dans une consommation éthique, Shaw et Riach (2011) précisent que la formation d'une telle s'effectue inéluctablement en tension avec les espaces dominants de consommation ; ce type d'acquisition n'étant pas indépendant de ces marchés majoritaires. Ainsi, ne pouvant uniquement occuper des espaces éthiques, les acquéreurs voient leur consommation responsable confrontée à la « dynamique de pouvoir inhérente aux normes de pratique sociale du marché spécifique dans lequel la consommation a lieu » (McNeill et Moore, 2015 : 213, traduction libre).

De ce fait, traduit au domaine de la mode, la pratique de la Slow Fashion se retrouve inévitablement négociée au sein des normes de la consommation vestimentaire accélérée où l'acquisition et la disposition rapide promues par l'accès à une nouveauté constamment renouvelée sont encouragées. En guise d'exemple, les praticiens doivent composer avec la tentation des saisons traditionnelles d'automne-hiver et de printemps-été ; lesquelles étant désormais devancées via des collections présaisons, puis même supplémentées au moyen de microtendances, de collaborations, de sorties exclusives et autres. Par voie de conséquence, la présente recherche complète les travaux de Husemann et *al.* (2019) en démontrant que la décélération de la consommation est réalisable, et surtout persiste, sans le recours à une immersion dans des *oasis* aux rythmes temporels ralentis.

Spécialement, en réponse à une société ancrée dans une logique accélérée, la Slow Fashion s'affiche telle une pratique prônant une temporalité lente où les consommateurs exploitent ses éléments de pratique pour prolonger stratégiquement le temps requis à la

consommation vestimentaire. À titre d'illustration, au niveau de l'acquisition, opter pour la seconde main accrut le délai d'achat ; les friperies accentuant, dans une foire d'articles individuels, la durée de recherche nécessaire à la trouvaille de styles cohérents aux goûts et aux besoins. Au surplus, varier la présentation de ses vêtements demande d'accorder du temps à l'expérimentation et à la réflexion ; des processus également accompagnés par l'apprentissage de la manipulation d'objets plus inusités comme les épingles et les élastiques. Plus encore, s'engager à réparer son vêtement, faire appel aux services d'un couturier ou effectuer des entretiens réguliers de maintenance se présentent en sus telles activités aux implications temporelles plus importantes que de simplement disposer d'un vêtement usé. Ainsi donc, ce sont des actes auxquels les individus se prêtent en raison de leurs valeurs environnementales adjointes à leur amour envers leurs vêtements et leur désir de les conserver.

En somme, outre se distancier du marché dominant qu'est la Fast Fashion, intégrer ces nouveaux éléments pratiques⁹ reconfigure à la hausse la demande temporelle ce que qui est entendu comme la pratique de la consommation vestimentaire ; le tout ralentissant, par le fait même, cette dernière. En ce sens, par opposition à Husemann et *al.* (2019), la décélération n'est pas atteinte par la réduction, par unité de temps, de certaines activités, mais plutôt par l'ajout de ces dernières de manière à prolonger l'acte de la consommation. De plus, ici, le ralentissement de la pratique, contrairement à Woermann et Rokka (2015), ne résulte pas du désalignement de ses composantes, mais bien de la volonté du praticien à prendre contrôle du rythme de la pratique de la consommation de la mode en y intégrant des éléments décélérant cette dernière. De telle sorte, la décélération nourrit un sentiment d'autonomie qui, au final, contribue à leur bien-être. À cette fin, la temporalité décélérée de la consommation vestimentaire n'est pas perçue comme ennuyeuse ou telle que nuisant à l'efficacité de la pratique (Woermann et Rokka, 2015), mais est plutôt souhaitée.

Dans cette perspective, que la mise en œuvre de la pratique de la Slow Fashion s'accomplit par une réattribution temporelle des pratiques de consommation vestimentaire appuie Southerton (2012) posant que modifier les pratiques routinières afin de les orienter vers des formes de consommation durables exige une réorganisation significative de la répartition du temps consacré à celles-ci. À cet effet, cette étude pose la présente réussite de ce phénomène telle que découlant de la *disposition* des consommateurs à accorder le

⁹ À rappeler ici que ce sont notamment ces ajouts d'activités qui font de la consommation durable de la mode une pratique hiérarchique de plus haut niveau.

temps nécessaire à la pratique de la Slow Fashion pour sa performance satisfaisante (Shove, 2009 ; Southerton et *al.*, 2011).

Spécialement, la littérature sur la temporalité des pratiques décrit le temps comme une ressource finie colonisée par celles-ci aux fins d'intégrer le quotidien des individus de manière habituelle et routinière (Shove, 2009 ; Southerton et *al.*, 2011 ; Southerton, 2012). Cela dit, en sus de consommer le temps, les pratiques génèrent sa perception (Shove, 2009) en vertu des dimensions temporelles propres à leur performance comme leur durée, leur tempo, leur fréquence, leur séquence (c.-à-d. ordre *et timing*) et leur synchronisation à d'autres pratiques ou individus (Southerton et *al.*, 2011 ; Southerton, 2012). Sous ce rapport, lorsque répétées à travers une multitude de praticiens, les conditions temporelles nécessaires à la performance satisfaisante des pratiques évoluent en normes qui, outre procurer une compréhension sociale du moment où une activité doit s'accomplir, articulent les pratiques dans le temps (voir aussi Hand et *al.*, 2005) et, même, inhibent leur exécution simultanée. C'est dès lors que rectifier les habitudes de consommation en d'autres durables par l'addition ou la refonte de pratiques requière de reconfigurer la coordination temporelle de la vie quotidienne du consommateur.

Pour ne reprendre que les actes de pratique cités précédemment, *l'art du stylisme* est expliqué tel que devant se réaliser quelques jours ou heures avant une occasion afin de certifier que les manipulations résultantes sont présentables et au niveau des attentes. De surcroît, une séance de magasinage en friperie est déclarée comme une activité qui, plutôt que précipitée, se doit de bénéficier d'une tranche horaire réservée de sorte que l'exploration vestimentaire, imposant du même coup un tempo ralenti, puisse s'effectuer calmement et advenir à des choix éclairés. Ainsi donc, de tels exemples d'implantations de conventions de durée prévue et de localisation temporelle standardisée (Southerton et *al.*, 2011 ; Southerton, 2012) mettent en évidence la mesure dont les consommateurs, par leur choix stratégique de consommer lentement, se lancent dans la réforme de leur horaire quotidien de façon à y incorporer les exigences temporelles pour la performance adéquate de la pratique de la Slow Fashion.

Tout cela considéré, ce dernier segment des contributions théoriques nuance les propos de Fletcher (2007) où la Fast Fashion n'est pas une question de vitesse, mais de cupidité et, la Slow Fashion, non pas une question de lenteur, mais de qualité en préférence à la quantité. Notamment, selon Husemann et *al.* (2019), la pratique de la Slow Fashion s'affiche telle une décélération du consommateur au sein de la réalité accélérée

entretenu par les normes d'acquisition et disposition rapides de la Fast Fashion. Parallèlement, en regard à la notion de temporalité des pratiques, la Slow Fashion exhibe une restructuration des pratiques de la consommation de la mode où l'addition d'activités consciencieuses élève la demande temporelle de ces dernières et, du même fait, ralentit la consommation. Ainsi, malgré le désaccord de Fletcher (2007), un dualisme existe bien, sous ces lentilles, entre la Fast Fashion et la Slow Fashion. En bref, ceci concluant l'apport théorique de cette présente étude, la section qui suit explore les nouvelles perspectives managériales générées par ses conclusions.

5.3 Implications managériales

D'entrée de jeu, cette recherche appuie les conclusions de Bly et *al.* (2015 : 131, traduction libre) spécifiant que les consommateurs mettant en pratique la Slow Fashion « optent pour des comportements durables innovants qui ont peu à voir avec les définitions actuelles de l'industrie, soit les textiles recyclés, les matériaux organiques ou les certifications écologiques ». Plus particulièrement, ceux-ci conçoivent que la durabilité s'accomplit par la réduction de la consommation de la mode. Ainsi, motivés à sortir des marchés traditionnels axés sur le profit, les acquéreurs privilégient la seconde main, le style personnel, l'utilisation continue, puis la conservation de leurs pièces de valeurs.

Dans cette optique, cette étude a comme contribution managériale notable, pour les praticiens opérant dans le secteur de la mode durable, une meilleure compréhension des actes d'usage et de maintenance des consommateurs, en sus d'implications afin de rester pertinent pour ceux-ci en dehors de la phase d'achat. Spécialement, avoir connaissance des pratiques d'habillement et d'entretien génère la possibilité de diversifier l'offre de la marque responsable de telle sorte qu'elle ne soit pas uniquement centrée sur la vente, mais également sur l'éducation et la réparation. En ce sens, notre exploration approfondie des actes de la pratique de la Slow Fashion illustre que les façons de faire et l'aise avec lesquelles les individus varient l'image et prennent soin de leurs pièces peuvent constituer des services segmentés intéressants. Les passages suivants détaillent plus amplement ces derniers.

S'attaquant à la dimension de l'habillement, une première recommandation pour la portion éducative serait d'implanter du contenu de vente visualisant diverses possibilités de port avec les pièces vestimentaires commercialisées. Effectivement, les acquéreurs ne possédant pas tous le même niveau de compétences et d'expertise en ce qui a trait au stylisme, aiguillonner les clients vers une variété d'usages pourrait favoriser l'acquisition

et, même, accroître la satisfaction envers la pièce sélectionnée. À noter que la versatilité d'un vêtement, tel que préalablement énoncé, s'affiche d'autant plus comme un facteur encourageant l'achat.

D'ailleurs, il serait intéressant d'approfondir cette avenue par la planification, au nom de la marque, d'évènements de relations publiques où les consommateurs seraient invités à en apprendre sur *l'art du stylisme* et à expérimenter des façons de moduler les items vestimentaires déjà en leur possession. De fait, la présente recherche exhibant l'usage d'accessoires, puis d'objets inusités tels que les élastiques et les épingles pour travestir l'apparence des vêtements, l'aise de manipulation naît fondamentalement d'une suite de tentatives évolutives. Conséquemment, en tant que marque, prendre part à ce processus via des ateliers où les consommateurs, puis des spécialistes invités, peuvent échanger et se guider, permet d'outiller des clients potentiels vers une utilisation prolongée, mais, plus notablement, incite la création d'un sentiment de communauté autour de l'entreprise.

D'autre part, au niveau de l'éducation sur la maintenance des articles de mode, les conclusions de cette étude suggèrent que les marques devraient communiquer clairement leurs instructions d'entretien afin que leurs clients conservent plus facilement leurs pièces de valeurs. Au surplus, de sorte à ajouter de la valeur à l'entreprise, il serait avantageux d'incorporer des services de réparation à leur offre. Cela étant dit, sous le même principe que la proposition précédente, inclure activement les consommateurs dans ces procédés permettrait de les aider à acquérir des compétences pour réparer eux-mêmes leurs items, mais générerait également le sentiment d'être épaulé dans leur démarche vers la Slow Fashion.

Finalement, le penchant pour le style personnel, plutôt que les tendances, offre en outre des implications sur la manière de s'adresser aux clients (potentiels). Spécialement, cette recherche suggère de mettre de l'accent sur les notions d'exclusivité, d'individualité et d'unicité. En ce sens, une entreprise pourrait vouloir centrer son image de marque sur l'une soutenant des consommateurs anticonformistes privilégiant leurs goûts personnels. En sus, il est suggéré que ses communications marketing précisent les spécificités de conceptions faisant de ses pièces de mode proposées des articles uniques agrémentant le style personnel. Dans un autre ordre d'idées, pour additionner à l'exclusivité, un service de *made-to-measure* pourrait, si la logistique le permet, s'adjoindre à l'offre de l'entreprise afin qu'un vêtement soit produit selon les morphologies du client. Ainsi, l'objectif principal consiste à ce que le consommateur ressente que la marque et ses pièces lui permettent de renforcer son identité individuelle.

Enfin, mettre en place les suggestions fournies précédemment est susceptible d'avoir des implications sur la façon dont les consommateurs se rapportent aux objets et à la marque. Sur ce dernier point, les acquéreurs pourraient fortifier leur sentiment de proximité avec la marque ; concevant celle-ci non pas purement axée sur le profit, mais comme une alliée dans la transition vers une consommation responsable de la mode. De plus, percevoir que l'entreprise partage les mêmes valeurs durables de maintenance et d'utilisation prolongée est sujet à renforcer la confiance envers celle-ci, favorisant alors la fidélité. Finalement, en contribuant à solidifier le lien entre l'individu et ses pièces vestimentaires, des retombées positives sur la réduction des déchets de mode de manière plus générale peuvent être attendues. Cela étant dit, concluant cette étude, la section suivante discute de ses limites et explore ses possibilités de recherches futures.

5.4 Limitations et avenues de recherches futures

Cette recherche ayant illustré comment, par une coordination d'objets, de significations et de comportements, les individus joignent l'acquisition vestimentaire à des pratiques de consommation y étant indépendantes pour la mise en œuvre de la Slow Fashion, une limite s'affiche néanmoins dans la complétude de son approche méthodologique. Plus particulièrement, la présente étude bénéficierait d'un volet ethnographique sur le terrain afin d'observer concrètement les actions de ceux s'engageant dans cette consommation durable de la mode.

Notamment, Schatzki (2012 : 25, traduction libre) pose qu'explorer la consommation sous la théorie de la pratique ne possède « d'autres alternatives que de fréquenter, de participer, d'observer, de parler et de réunir les personnes touchées ». Par conséquent, ce dernier suggère l'ethnographie tel un moyen de jumeler l'interaction à l'observation. Considéré ainsi, plusieurs travaux cités dans cette recherche exploitant cette théorie ont sollicité l'approche ethnographique afin de faire sens de leur consommation d'intérêt. Spécialement, Godfrey et *al.* (2022), explorant les pratiques de réparation, interagirent avec les réparateurs et les consommateurs, puis scrutèrent leurs actes de maintenance, via des observations réalisées dans des entreprises et conventions de réparation. À la fois, Fuentes (2014) discerna des pratiques d'acquisitions écologiques en adjoignant la contemplation des consommateurs dans un magasin d'articles de sports extérieurs à des entrevues. En sus, Scheurenbrand et *al.* (2018) approfondirent leur compréhension de la pratique du vélo de ville par une participation active à l'activité même ; les enregistrements

vidéo, puis les échanges informels y découlant permettant d'identifier les composantes comprises dans la performance de la pratique en temps réel. Dernièrement, Woermann et Rokka (2015), étudiant la pratique du ski acrobatique et du paintball, usèrent également de vidéos, de photos, d'audio et d'entretiens en milieu naturel pour leur examen.

Ainsi, les pratiques étant tacites, routinières et habituelles, leurs praticiens peuvent, involontairement, ne pas mentionner tous les éléments requis pour leur mise en œuvre. Conséquemment, l'observation ethnographique permet, d'un œil extérieur, « une attention particulière aux objets, aux significations et aux actions incarnées surgissant dans ces situations naturalistes » (Godfrey et *al.*, 2022 : 4, traduction libre). Autrement dit, il y est possible d'évaluer comment les praticiens manipulent les outils de leur pratique en outre de les questionner à même la performance pour une meilleure compréhension du sens accordé au pourquoi de leurs actions. Ce dernier point réfère notamment à incorporer des entrevues ethnographiques, soit « des conversations courtes et impromptues soumises aux contraintes du terrain », éclaircissant les observations notées sur les expériences en cours (Arsel, 2017 : 941, traduction libre). Dès lors, une avenue de recherche future serait de compléter les conclusions de cette étude à l'aide de données recueillies à la suite d'un engagement ethnographique dans, par exemple, des friperies, des ateliers de réparation, des soirées d'échange, puis des séances de stylisme chez les participants. Somme toute, ceci offrirait une connaissance bonifiée des pratiques de consommation vestimentaire s'effectuant en dehors de la phase d'acquisition ; ces dernières ayant été ici développées, mais pouvant bénéficier d'un approfondissement supplémentaire.

Dans un autre ordre d'idées, à titre de limite additionnelle, cette présente recherche n'illustre qu'exclusivement les éléments appuyant la mise en œuvre de la pratique de la Slow Fashion, n'abordant ainsi point les objets, les significations et les comportements conflictuels à celle-ci. En revanche, Godfrey et *al.* (2022) explorent les facteurs nuisant aux pratiques de réparation en soulevant notamment comment la conception originale d'un soulier, soit la dimension matérielle de la pratique, peut prohiber le remplacement de certaines pièces. En outre, Halkier et Jensen (2011) évoquent la variation des pratiques de consommation, alors que certaines sont négociées et adaptées lors de leur intersection avec d'autres plus stables. À cet égard, Scheurenbrand et *al.* (2018), attestant ces propos en référant à la nature hiérarchique des pratiques, développent comment ces dernières doivent se mouler aux spécificités de pratiques de consommation socialement préférées ; à savoir que leur exécution se voit contrainte à celle de pratiques opposées et privilégiées. Notamment, au niveau des significations, leurs travaux relèvent que l'automobile, posée

tel un mode de transport normatif, puis le vélo de ville, comme un mode récréatif, cause une négligence sociale envers la performance adéquate de la seconde. Ainsi, cette pratique de moindre préoccupation se heurte à un non-respect des pistes cyclables déjà imprécises par les automobilistes et les autobus, une déficience de mesures politiques contre le vol, un manque de stationnements, etc.

Enfin, sous la base de ces illustrations, il est adéquat de soumettre l'hypothèse que de telles contraintes habitent également la pratique de la Slow Fashion. Ainsi, alors que de ne se pencher sur les facteurs entravant cette pratique servait des objectifs d'initiation de connaissances sur l'accomplissement de ce phénomène émergent, une seconde avenue de recherche future serait d'identifier quels éléments inhibent la performance satisfaisante de cette dite pratique. Ces éléments, rappelons-le, pouvant prendre la forme de pratiques concurrentielles ou de composantes respectives telles que les objets, les significations et les comportements.

S'additionnant au point précédent, il serait dernièrement intéressant d'explorer plus amplement la notion de temporalité des pratiques de consommation pour étudier la Slow Fashion. D'emblée, Woermann et Rokka (2015) posaient que l'imbrication des dimensions d'une pratique induit un *timeflow*, soit le flux temporel habituel lisse de sa conduite, se retrouvant déstabilisé advenant le désalignement de ces dernières. À ce propos, ceux-ci mentionnent le matériel, les compétences corporelles, les buts, les émotions, les règles, ainsi que les compréhensions culturelles telles que risquant de déséquilibrer la temporalité de la performance. Le tout traduit à la pratique de la Slow Fashion, l'étude de Juge et *al.* (2022) explorent comment les plateformes de revente de vêtements en ligne, par leurs affordances, contribuent à l'accélération des transactions commerciales ; une réalité allant à l'encontre de l'acquisition décéléré de la pratique. À titre d'exemples, par leurs listes de souhaits précisant le nombre d'intéressés par articles aimés, ces plateformes génèrent un sentiment d'urgence marqué par une peur de perte d'opportunité. Dès lors, en raison de ses échanges concurrentiels, ces dernières imposent une rapidité et une réactivité à ses utilisateurs. Au surplus, leur portefeuille virtuel incite la consommation constante ; l'argent gagné par la vente d'articles *désuets* étant redistribué pour l'achat de styles tendance.

Conséquemment, en troquant l'utilisation prolongée et significative par une garde-robe continuellement renouvelée plutôt que réduite, ce modèle de consommation durable se voit ancrer dans les principes de la Fast Fashion. Ainsi, en plus de mettre en évidence un facteur inhibant la performance satisfaisante de la Slow Fashion, ces travaux illustrent un désalignement temporel pouvant même mener à la rupture de la pratique (Woermann

et Rokka, 2015). En ce sens, il vient à se demander comment les praticiens négocient ce type de situations où le flux habituel de leur pratique est déstabilisé. En somme, quelles stratégies sont sollicitées par ceux-ci afin de gérer l'intrusion d'éléments accélérateurs dans la pratique de la Slow Fashion qui se veut ralentie?

Bibliographie

- Arsel, Zeynep (2017). « Asking questions with reflexive focus: A tutorial on designing and conducting interviews », *Journal of Consumer Research*, vol. 44, no 4, p. 939-948.
- Beuscart, Jean-Samuel, Samuel Coavoux et Jean-Baptiste Garroq (2023). « Listening to music videos on YouTube. Digital consumption practices and the environmental impact of streaming », *Journal of Consumer Culture*, vol. 23, no 3, p. 654-671.
- Birtwistle, Grete et Christopher M. Moore (2007). « Fashion clothing - where does it all end up? », *International Journal of Retail & Distribution Management*, vol. 35, no 3, p. 210-216
- Bly, Sarah, Wencke Gwozdz et Lucia A. Reisch (2015). « Exit from the high street: An exploratory study of sustainable fashion consumption pioneers », *International Journal of Consumer Studies*, vol. 39, no 2, p. 125-135.
- Busalim, Abdelsalam, Grace Fox et Theo Lynn (2022). « Consumer behavior in sustainable fashion: A systematic literature review and future research agenda », *International Journal of Consumer Studies*, vol. 46, no 5, p. 1804-1828
- Cho, Erin, Shipra Gupta et Youn-Kyung Kim (2015). « Style consumption: Its drivers and role in sustainable apparel consumption », *International Journal of Consumer Studies*, vol. 39, no 6, p. 661-669.
- Clark, Hazel (2008). « Slow + fashion an oxymoron or a promise for the future? », *Fashion Theory*, vol. 12, no 4, p. 427-446.
- Creswell, John W. (2013). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches*, 3rd edition^e éd., Los Angeles, SAGE Publications.
- Diddi, Sonali, Ruoh-Nan Yan, Brittany Bloodhart, Vickie Bajtelsmit et Katie McShane (2019). « Exploring young adult consumers' sustainable clothing consumption intention-behavior gap: A behavioral reasoning theory perspective », *Sustainable Production and Consumption*, vol. 18, p. 200-209.
- Dottle, Rachael et Jackie Gu (2022). « The global glut of clothing is an environmental crisis », *Bloomberg*. Récupéré le 14 janvier 2024 de <https://www.bloomberg.com/graphics/2022-fashion-industry-environmental-impact/#xj4y7vzkg>
- Farra, Emily (2020). « What is the right price for fashion? », *Vogue*. Récupéré le 14 janvier 2024 de <https://www.vogue.com/article/what-is-the-right-price-for-fashion>
- Faurschou, Gail (1987). « Fashion and the cultural logic of postmodernity », *Canadian Journal of Political and Social Theory*, vol. 11, no 1/2, p. 68-82.
- Fletcher, Kate (2007). « Slow fashion », *The Ecologist*, vol. 37, no 5, p. 61.
- Fletcher, Kate (2010). « Slow fashion: An invitation for systems change », *Fashion Practice*, vol. 2, no 2, p. 259-265.
- Fletcher, Kate (2012). « Durability, fashion, sustainability: The processes and practices of use », *Fashion Practice*, vol. 4, no 2, p. 221-238.
- Fletcher, Kate (2018). *Usership: Fashion beyond consumerism* | kate fletcher | *tedxmacclesfield* [video], TEDx Talks. Récupéré de <https://www.youtube.com/watch?v=iHlHvHsTmSA>
- Foundation, Ellen MacArthur (2017). *A new textiles economy: Redesigning fashion's future*, 150 p. Récupéré de <http://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications>
- Fuentes, Christian (2014). « Managing green complexities: Consumers' strategies and techniques for greener shopping », *International Journal of Consumer Studies*, vol. 38, no 5, p. 485-492.

- Godfrey, D. Matthew, Linda L. Price et Robert F. Lusch (2022). « Repair, consumption, and sustainability: Fixing fragile objects and maintaining consumer practices », *Journal of Consumer Research*, vol. 49, no 2.
- Gronow, Jukka (2009). « Fads, fashions and 'real' innovations: Novelties and social change », dans Elizabeth Shove, Frank Trentmann et Richard Wilk (dir.), *Time, consumption and everyday life practice, materiality and culture*, Oxford, New York, Berg, p. 129-142.
- Gupta, Shipra, Wencke Gwozdz et James Gentry (2019). « The role of style versus fashion orientation on sustainable apparel consumption », *Journal of Macromarketing*, vol. 39, no 2, p. 188-207.
- Halkier, Bente et Iben Jensen (2011). « Methodological challenges in using practice theory in consumption research. Examples from a study on handling nutritional contestations of food consumption », *Journal of Consumer Culture*, vol. 11, no 1, p. 101-123.
- Hand, Martin, Elizabeth Shove et Dale Southerton (2005). « Explaining showering: A discussion of the material, conventional, and temporal dimensions of practice », *Sociological Research Online*, vol. 10, no 2, p. 101-113.
- Henninger, Claudia E., Panayiota J. Alevizou et Caroline J. Oates (2016). « What is sustainable fashion? », *Journal of Fashion Marketing and Management*, vol. 20, no 4, p. 400-416.
- Husemann, Katharina C., Giana M. Eckhardt, Eileen Fischer et Julie L. Ozanne (2019). « Consumer deceleration », *Journal of Consumer Research*, vol. 45, no 6, p. 1142-1163.
- IBISWorld (2024). *Industry report : Global apparel manufacturing*, 72 p. Récupéré de <https://www.ibisworld.com/global/market-research-reports/global-apparel-manufacturing-industry/>
- Joyner Armstrong, Cosette M., Kim Y. Hiller Connell, Chunmin Lang, Mary Ruppert-Stroescu et Melody L. A. LeHew (2016a). « Educating for sustainable fashion: Using clothing acquisition abstinence to explore sustainable consumption and life beyond growth », *Journal of Consumer Policy: Consumer Issues in Law, Economics and Behavioural Sciences*, vol. 39, no 4, p. 417-439.
- Joyner Armstrong, Cosette M., Kirsi Niinimäki, Chunmin Lang et Sari Kujala (2016b). « A use-oriented clothing economy? Preliminary affirmation for sustainable clothing consumption alternatives », *Sustainable Development*, vol. 24, no 1, p. 18-31.
- Juge, Elodie, Anissa Pomiès et Isabelle Collin-Lachaud (2022). « Digital platforms and speed-based competition: The case of secondhand clothing », *Recherche et Applications en Marketing (English Edition)*, vol. 37, no 1, p. 36-58.
- Jung, Sojin et Byoung-ho Jin (2014). « A theoretical investigation of slow fashion: Sustainable future of the apparel industry », *International Journal of Consumer Studies*, vol. 38, no 5, p. 510-519.
- Jung, Sojin et Byoung-ho Jin (2016). « From quantity to quality: Understanding slow fashion consumers for sustainability and consumer education », *International Journal of Consumer Studies*, vol. 40, no 4, p. 410-421.
- Koponen, Sami et Pekka Mustonen (2022). « Eating alone, or commensality redefined? Solo dining and the aestheticization of eating (out) », *Journal of Consumer Culture*, vol. 22, no 2, p. 359-377.
- Lundblad, Louise et Iain A. Davies (2016). « The values and motivations behind sustainable fashion consumption », *Journal of Consumer Behaviour*, vol. 15, no 2, p. 149-162
- Machado, Maria Amália Dutra, Stefânia Ordovás de Almeida, Laura Chiatton Bollick et Gabriela Bragagnolo (2019). « Second-hand fashion market: Consumer role in

- circular economy », *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, vol. 23, no 3, p. 382-395.
- Magaudda, Paolo (2011). « When materiality 'bites back': Digital music consumption practices in the age of dematerialization », *Journal of Consumer Culture*, vol. 11, no 1, p. 15-36.
- Manik, Julfikar Ali et Jim Yardley (2013). « Building collapse in Bangladesh leaves scores dead », *The New York Times*. Récupéré le 14 janvier 2024 de <https://www.nytimes.com/2013/04/25/world/asia/bangladesh-building-collapse.html>
- Marion, Gilles et Agnes Nairn (2011). « "We make the shoes, you make the story" teenage girls' experiences of fashion: Bricolage, tactics and narrative identity », *Consumption, Markets and Culture*, vol. 14, no 1, p. 29-56.
- McCracken, Grant (1986). « Culture and consumption: A theoretical account of the structure and movement of the cultural meaning of consumer goods », *Journal of Consumer Research*, vol. 13, no 1, p. 71-84.
- McCracken, Grant (1988). *The long interview*, Newbury Park, California, Sage Publications.
- McKinsey & Company et Global Fashion Agenda (2020). *Fashion on climate : How the fashion industry can urgently act, shows that consumers*, 57 p. Récupéré de <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/industries/retail/our%20insights/fashion%20on%20climate/fashion-on-climate-full-report.pdf>
- McLaren, Angarhad et Shirley McLauchlan (2015). « Crafting sustainable repairs: Practice-based approaches to extending the life of clothes », dans *Product lifetimes and the environment (plate): Conference proceedings*, Nottingham Trent University, p. 221-228.
- McNeill, Lisa et Rebecca Moore (2015). « Sustainable fashion consumption and the fast fashion conundrum: Fashionable consumers and attitudes to sustainability in clothing choice », *International Journal of Consumer Studies*, vol. 39, no 3, p. 212-222.
- McNeill, Lisa et Brittany Venter (2019). « Identity, self-concept and young women's engagement with collaborative, sustainable fashion consumption models », *International Journal of Consumer Studies*, vol. 43, no 4, p. 368-378.
- Mikkonen, Ilona, Handan Vicdan et Annu Markkula (2014). « What not to wear? Oppositional ideology, fashion, and governmentality in wardrobe self-help », *Consumption, Markets and Culture*, vol. 17, no 3, p. 254-273.
- Morgan, Louise R. et Grete Birtwistle (2009). « An investigation of young fashion consumers' disposal habits », *International Journal of Consumer Studies*, vol. 33, no 2, p. 190-198.
- Murray, Jeff B. (2002). « The politics of consumption: A re-inquiry on Thompson and Haytko's (1997) "speaking of fashion" », *Journal of Consumer Research*, vol. 29, no 3, p. 427-440.
- Nicolini, Davide (2009). « Zooming in and out: Studying practices by switching theoretical lenses and trailing connections », *Organization Studies*, vol. 30, no 12, p. 1391.
- Niinimäki, Kirsi (2010). « Eco-clothing, consumer identity and ideology », *Sustainable Development*, vol. 18, no 3, p. 150-162.
- Nittle, Nadra (2018). « What the Rana Plaza disaster changed about worker safety », *Racked*. Récupéré le 14 janvier 2024 de <https://www.racked.com/2018/4/13/17230770/rana-plaza-collapse-anniversary-garment-workers-safety>

- Noy, Chaim (2008). « Sampling knowledge: The hermeneutics of snowball sampling in qualitative research », *International Journal of Social Research Methodology*, vol. 11, no 4, p. 327-344.
- Ozdamar Ertekin, Z. et D. Atik (2015). « Sustainable markets: Motivating factors, barriers, and remedies for mobilization of slow fashion », *Journal of Macromarketing*, vol. 35, no 1, p. 53-69.
- Perera, Chamila, Pat Auger et Jill Klein (2018). « Green consumption practices among young environmentalists: A practice theory perspective », *Journal of Business Ethics*, vol. 152, no 3, p. 843-864.
- Pookulangara, Sanjukta et Arlesa Shephard (2013). « Slow fashion movement: Understanding consumer perceptions—an exploratory study », *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol. 20, no 2, p. 200-206.
- Reckwitz, Andreas (2002). « Toward a theory of social practices: A development in culturalist theorizing », *European Journal of Social Theory*, vol. 5, no 2, p. 243–263.
- Rørpke, Inge (2009). « Theories of practice — new inspiration for ecological economic studies on consumption », *Ecological Economics*, vol. 68, no 10, p. 2490-2497.
- Schatzki, Theodore R. (2001). « Practice mind-ed orders », dans Theodore R. Schatzki, Karin Knorr-Cetina et Eike von Savigny (dir.), *The practice turn in contemporary theory*, London, Routledge, p. 50-63.
- Schatzki, Theodore R. (2012). « A primer on practices », dans Ronald Barnett Joy Higgs, Stephen Billett, Maggie Hutchings, Franziska Trede (dir.), *Practice-based education: Perspectives and strategies*, SensePublishers Rotterdam, p. 13-26.
- Scheurenbrand, Klara, Elizabeth Parsons, Benedetta Cappellini et Anthony Patterson (2018). « Cycling into headwinds: Analyzing practices that inhibit sustainability », *Journal of Public Policy & Marketing*, vol. 37, no 2, p. 227-244.
- Seale, Jack (2022). « Untold: Inside the Shein machine review – the brand that knows what you're going to buy before you do », *The Guardian*. Récupéré le 14 janvier 2024 de <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2022/oct/17/untold-inside-the-shein-machine-review-the-brand-that-knows-what-youre-going-to-buy-before-you-do>
- Shaw, Deirdre et Kathleen Riach (2011). « Embracing ethical fields: Constructing consumption in the margins », *European Journal of Marketing*, vol. 45, no 7/8, p. 1051-1067.
- Shove, Elizabeth (2009). « Everyday practice and the production and consumption of time », dans Elizabeth Shove, Frank Trentmann et Richard Wilk (dir.), *Time, consumption and everyday life practice, materiality and culture*, Oxford, New York, Berg, p. 17-33.
- Southerton, Dale (2012). « Habits, routines and temporalities of consumption: From individual behaviours to the reproduction of everyday practices », *Time & Society*, vol. 22, no 3, p. 335-355.
- Southerton, Dale, Cecilia Díaz-Méndez et Alan Warde (2011). « Behavioural change and the temporal ordering of eating practices: A UK – Spain comparison », *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, vol. 19, no 1, p. 19–36.
- Spiggle, Susan (1994). « Analysis and interpretation of qualitative data in consumer research », *Journal of Consumer Research*, vol. 21, no 3, p. 491-503.
- Thompson, Craig J. et Diana L. Haytko (1997). « Speaking of fashion: Consumers' uses of fashion discourses and the appropriation of countervailing cultural meanings », *Journal of Consumer Research*, vol. 24, no 1, p. 15-42.
- Warde, Alan (2005). « Consumption and theories of practice », *Journal of Consumer Culture*, vol. 5, no 2, p. 131-153.

- Warde, Alan (2014). « After taste: Culture, consumption and theories of practice », *Journal of Consumer Culture*, vol. 14, no 3, p. 279-303.
- Williams, Dilys (2022). « Shein: The unacceptable face of throwaway fast fashion », *The Guardian*. Récupéré le 14 janvier 2024 de <https://www.theguardian.com/fashion/2022/apr/10/shein-the-unacceptable-face-of-throwaway-fast-fashion>
- Woermann, Niklas et Joonas Rokka (2015). « Timeflow: How consumption practices shape consumers' temporal experiences », *Journal of Consumer Research*, vol. 41, no 6, p. 1486.
- Zanette, Maria Carolina, Julia Pueschel et Mourad Touzani (2022). « Re-arranging dressing practices: The role of objects in spreading ugly luxury », *Journal of Business Research*, vol. 145, p. 784-800.
- Zarley Watson, Maegan et Ruoh-Nan Yan (2013). « An exploratory study of the decision processes of fast versus slow fashion consumers », *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, vol. 17, no 2, p. 141-159.