

Le fil pour tisser des liens : la théorie de l'acteur-réseau dans l'écosystème de la laine en Suisse

Table des matières

Abstract	p.3
Introduction	p.4
Chapitre 1 : la théorie de l'acteur-réseau	
1.1 : la théorie de l'acteur-réseau et ses concepts clés	p.7
1.2 : Controverses	p.9
1.3 : En quoi son application est-elle intéressante dans le système mode ?	p.10
Chapitre 2 : Application de la théorie dans le cas concret de la laine en Suisse	
2.1 : Contexte historique et valorisation actuelle de la laine en Suisse	p.13
2.2 : Application de la théorie et comment se placent les acteur.ice.s dans ce réseau	p.18
Chapitre 3 : La place du designer dans le réseau	
3.1 : Repenser le designer au sein du réseau	p.22
3.2 : Quelles solutions pour valoriser le travail des acteur.ice.s de ce réseau ?	p.24
Conclusion	p.25
Remerciements	p.26
Annexes : entretiens	p.27
Bibliographie	p.37

Abstract

Mon travail s'intéresse à la théorie de l'acteur-réseau dans l'industrie de la mode et l'applique au cas concret de la filière de la laine en Suisse. Le projet vise à décentrer le rôle du designer de mode au sein du système de la mode - afin de l'envisager différemment de la figure du designer "génie"/"star", en apparence seul "auteur" ou "acteur" de la mode. Mon travail vise à comprendre l'environnement technique local et ses capacités existantes pour mettre en lumière les fonctions des différents acteurs du réseau de la mode sur le processus de création depuis le mouton en passant par le fil jusqu'à la création d'un design.

Introduction

A la fin des années 1980, un nouveau phénomène apparaît : le designer¹ devient auteur et artiste à part entière.² Nous pouvons comprendre dans ce contexte-ci, les mots “auteur” ou “artiste” comme étant seul acteur d’une œuvre. Les grands noms qui incarnent cette époque : Jean Paul Gaultier, Thierry Mugler ou encore Gianni Versace et Vivienne Westwood... La figure du *designer star*. La position qui a fait rêver plus d’un.e étudiant.e.x en école de mode et qui assure l’engagement des travailleur.euse.s de la mode. Effectivement, l’anthropologue Giulia Mensitieri remarquait en 2020 qu’actuellement presque toutes les personnes qui travaillent dans la mode “sont très souvent récompensées non pas en argent, mais en prestige social, en espoir d’un poste ou d’un salaire à venir et, avant tout, en visibilité.”³ Par ailleurs comme elle le relève dans son article, ce ne sont pas les ouvrier.ère.s, les petites mains ou les couturier.ère.s qui sont représentés et mis en avant dans cette industrie, mais ce sont bel et bien “celles qui font les images et les imaginaires (...) qui sont habituellement au centre des représentations médiatiques du monde de la mode”⁴. Autrement dit, la glamourisation des métiers de la mode passe donc principalement par la mise en avant de designers et de directeur.rice.s créatif.ve.s, au dépens des *travailleur.euse.s de l’ombre* (couturier.ère.s, petites mains, modélistes, artisan.e.s,...) qui, pourtant, participent activement et sont essentiels à la pérennité de cette industrie. Aujourd’hui, et ce malgré les multiples études, interviews, documentaires qui le dénoncent, l’industrie de la mode demeure très hiérarchisée. Ce mémoire propose de reconsidérer un bout de cette industrie dans un cas concret en proposant d’approcher la mode non pas comme un système hiérarchique et divisé, mais plutôt en l’abordant comme un *réseau*⁵.

Ce choix d’approcher la mode sous la forme d’un *réseau d’acteur.rices* est partie d’une volonté de travailler le fil d’une manière plus durable. Je suis une designer de mode qui souhaite se spécialiser dans la maille avec un attrait particulier pour la fibre naturelle. En m’intéressant à un contexte suisse (je souhaitais comprendre ce qu’il se passait en Suisse au niveau du textile, savoir quel était le contexte actuel et comprendre quel était l’environnement technique local existant), je me suis rendu compte qu’il y avait bel et bien un marché autour de la laine. Lorsque je parle de marché, j’entends par là que de nombreuses activités autour de la laine locale ont commencé à émerger. Que ce soient des associations, des entreprises de filatures, des fermes agricoles ou des productions de tricot, beaucoup ont recommencé à s’intéresser aux savoir-faire locaux autour de la laine avec (très souvent) comme point de départ, un constat : il y a des moutons mais chaque année la majeure partie de la laine est brûlée ; qu’est-ce qu’on peut faire autour de cette matière première pour éviter qu’elle soit jetée ?

Je me suis rendu compte que pour pouvoir travailler autour de mon fil de laine, pour pouvoir continuer à créer des nouveaux designs et faire mon métier, j’avais besoin de toutes ces personnes qui travaillent dans ces associations, fermiers.ère.s, éleveur.euse.s, fileur.euse.s,... Toutes celles qui possèdent un savoir-faire, des moutons, une

¹Ici, *le designer* désigne le concept de la figure du ou de la designer “star”

²MCROBBIE, Angela, 1998. British Fashion Design : Rag trade or image industry ? p.9

³MENSITIERI, Angela, 2020. Les ouvrières de la mode, entre luxe et blouse.

⁴Réf.3

⁵COLLIN Paul-Marc, LIVIAN Yves-Frédéric et THIVANT Eric, 2016. La théorie de l’acteur-réseau. p.8

connaissance, un métier qui s'approche de près ou de loin à la laine. Sans elleux, je ne peux pas créer.

Bruno Latour, sociologue, docteur en philosophie portant un vif intérêt à l'anthropologie⁶, a élaboré à l'aide de Michel Callon et Madeleine Akriche une théorie sociale de l'innovation appelée *théorie de l'acteur-réseau*. Iels proposent de voir l'innovation comme suit : "Plutôt que de voir [l'innovation] comme le fruit d'un individu inspiré, ayant clairement un début et une fin et enchaînant nettement des étapes (de l'invention à l'industrialisation), Michel Callon et Bruno Latour proposent plutôt de la considérer comme un travail collectif, reliant des acteurs multiples négociant des compromis et dont le résultat est grandement dépendant des coopérations et des règles qui les organisent."⁷ La théorie propose d'analyser au sein d'un même réseau les "relations entre science, techniques et société"⁸. Ce qui rend la théorie de Bruno Latour si particulière, c'est le fait que la théorie comprend dans ses acteur.ice.s tout ce qui est *humain* mais également tout ce qui est *non-humain*. Le terme non-humain dans cette théorie comprend, selon Olivier Meier, les objets, les technologies, les outils, les lieux ainsi que les dispositifs.⁹ Pour résumer très brièvement, l'innovation est collective, c'est un réseau formé par un ensemble d'acteur.ice.s et d'actant.e.s humains et non-humains non hiérarchisé, qui sont interdépendants. Les uns ont besoin des autres pour exister.

L'objectif de ce mémoire est de s'intéresser à la théorie de l'acteur-réseau de Bruno Latour et l'utiliser pour comprendre et analyser l'écosystème de la laine en Suisse. Ce travail consistera à comprendre la théorie de l'acteur-réseau, analyser la filière de la laine en Suisse grâce à cette théorie pour reconsidérer le rôle du designer au sein du système mode et saisir comment valoriser les acteur.ice.s de la filière de la laine.

Cette théorie me semble importante et aide à comprendre l'écosystème de la laine actuel. De nos jours, la notion de durabilité, de "sustainability" dans la mode est un sujet sur lequel on se pose des questions à plusieurs niveaux. Il y a d'abord l'aspect écologique. L'industrie de la mode est une des industries les plus polluantes du monde¹⁰. Comment pouvons-nous réfléchir, par exemple, à nos collections en évitant au maximum les déchets textiles ? Il y a aussi la durabilité au sens des droits humains : qui coud ou produit nos vêtements ? Sont-iels bien rémunérés et bien traités ? Il y a aussi le questionnement économique : dans quelle mesure pouvons-nous créer un vêtement ou un produit qui s'inscrit dans une économie circulaire ? En appliquant cette théorie, cela m'a permis de mieux comprendre le rôle des acteur.ice.s, les enjeux de l'écosystème et la place du designer au sein du réseau.

⁶COLLIN Paul-Marc, LIVIAN Yves-Frédéric et THIVANT Eric, 2016. La théorie de l'acteur-réseau. p.5

⁷COLLIN Paul-Marc, LIVIAN Yves-Frédéric et THIVANT Eric, 2016. La théorie de l'acteur-réseau. p.9

⁸MEIER, Olivier, 2022. Théorie de l'acteur-réseau: éclairage théorique et méthodologique

⁹Réf.8

¹⁰DESMONCEAUX, Juliette, 2019. CO2, eau, microplastique : la mode est l'une des industries les plus polluantes du monde. Le Monde

Chapitre 1 : La théorie de l'acteur-réseau

1.1 La théorie de l'acteur-réseau et ses concepts-clés

La *théorie de l'acteur-réseau* ou sociologie de la traduction est théorisée par Bruno Latour, Michel Callon et Madeleine Akriche dans les années 80. Dans ce sous-chapitre, j'aimerais aborder les concepts clés de la théorie afin d'en discerner l'utilité pour aborder différemment le rôle du designer. J'ai décidé de privilégier trois principaux points-clés qui sont à mon sens les concepts les plus pertinents pour l'application de la théorie dans l'écosystème de la laine et aussi envisager le ou la designer différemment du designer "génie" comme vu en introduction.

Le réseau, l'humain et le non humain

L'un des axes principaux de cette théorie est le fait de proposer d'analyser l'innovation au delà de groupe d'humains, mais à niveau plus largement répandu, c'est-à-dire de l'analyser comme un réseau avec tous les éléments qui le constituent. L'innovation se définit ici par un produit/procédé novateur ou amélioré¹¹. En effet, selon Olivier Meier, "la technique et les objets sont ainsi envisagés comme étant intégrés au monde social"¹². En d'autres termes, le *réseau* serait un ensemble d'humains et de non-humains. Le non-humain, c'est-à-dire, tout ce qui est inerte, tout ce qui est technique/technologique ou encore les objets, ont autant d'importance dans le réseau que les humains. C'est pourquoi c'est un ensemble dit "symétrique" puisque le non-humain est considéré comme égal à l'humain dans le réseau.¹³ Autrement dit, le réseau est non hiérarchique¹⁴.

La sociologue Joanne Entwistle relève que chaque « acteur » du réseau est doté d'une agentivité : "The important point to note about an "actor" in Actor Network Theory is that it does not only designate a human subject with consciousness but can describe anything with the ability to act or produce action."¹⁵ La chercheuse prend l'exemple de l'eau. L'eau est une matière inerte qui, selon la théorie de l'acteur-réseau, a un rôle et a un impact égale à l'Homme dans le réseau. Si on applique la théorie à l'industrie du textile, l'eau est en fait un acteur tout aussi important que l'Homme puisqu'elle va contribuer entre autres à la culture du coton.¹⁶ L'eau devient donc importante, actante dans les processus de production dans l'industrie de la mode puisqu'elle est un élément essentiel à la fibre et au développement d'un textile. L'eau est donc un acteur du réseau. Aujourd'hui, l'écologie est un élément qui préoccupe et qui est indéniablement à prendre en considération, notamment pour penser de nouvelles innovations techniques par exemple, dans le but d'utiliser le moins d'eau possible. Effectivement, si un.e chercheur.euse ou un.e designer souhaite créer un nouveau textile innovant, dans le sens "novateur", qui serait écologique, l'eau est un élément important à prendre en compte dans ce réseau. Par exemple, le coton a besoin de beaucoup d'eau pour être cultivé. Joanne Entwistle se questionne donc si nous devons cultiver moins le coton ou alors si développer un coton génétiquement modifié, qui nécessite moins d'eau, pourrait être une solution.¹⁷

¹¹Manuel d'Oslo, 2018. p.54

¹²MEIER, Olivier, 2022. Théorie de l'acteur-réseau: éclairage théorique et méthodologique

¹³Capsules d'Olen, 2022. Qu'est-ce que la Théorie de l'Acteur-Réseau ?

¹⁴COLLIN Paul-Marc, LIVIAN Yves-Frédéric et THIVANT Eric, 2016. La théorie de l'acteur-réseau. p.11

¹⁵ENTWISTLE, Joanne, 2019. Bruno Latour : Actor-Network-Theory and Fashion

¹⁶Réf.15

¹⁷Réf.15

Collectif VS l'inventeur solitaire

Le deuxième concept de l'acteur-réseau que je trouve particulièrement intéressant est celui qui oppose l'idée du collectif à l'inventeur solitaire.

Dans l'idée de l'imaginaire collectif, on continue à perpétuer le cliché de l'inventeur solitaire, c'est-à-dire LE génie qui trouve LA solution à un problème donné. Dans le monde de l'entrepreneuriat ou de l'innovation on aurait par exemple le cas d'Henri Ford, symbole de l'inventeur/entrepreneur génie dans son garage. Pourtant, comme le relèvent Paul-Marc Collin, Yves-Frédéric Livian et Eric Thivant, "les faits scientifiques ne résultent pas d'une évidence naturelle, mais sont le produit d'un processus complexe (et en partie mystérieux).¹⁸" En d'autres termes, la théorie stipule qu'une hypothèse/une idée (que ce soit une hypothèse scientifique ou une innovation esthétique) n'est pas innée (naturelle) mais elle est source d'un long enchaînement de résultats convergents (dû à l'implication de tout un tas d'acteur.ice.s). La théorie privilégie donc la notion du *collectif* à l'individuel, puisque selon la théorie, l'acteur.ice ne se définit pas par des attributs propres. "Il se définit par l'ensemble des relations qu'il entretient avec les autres, et qu'il transforme à son tour."¹⁹ Dans l'histoire de la mode, on aurait le cas des six d'Anvers qui sont souvent présentés comme des figures légendaires qui ont révolutionné la mode²⁰. Ce n'est pourtant pas un hasard si au début des années 80, six étudiant.e.s ont pu devenir de véritables figures de génies : le gouvernement a attribué des fonds à des jeunes designers pour sauver l'industrie textile à cette période-ci²¹.

L'acteur-traducteur ou le porte parole

Le troisième concept qui me paraît utile est celui de la mobilisation. La mobilisation est une étape importante dans la théorie puisque c'est grâce à elle si les réseaux sont activés ou si d'en nouveaux émergent. Selon Michel Callon, l'étape de la mobilisation "vise à amplifier les actions menées à un niveau local et expérimental pour les réaliser et les diffuser à une plus grande échelle, grâce à l'engagement de porte-paroles²²". En effet, il affirme que la mobilisation, c'est-à-dire l'idée d'avoir un groupe qui se rassemble dans le but de se solidariser, est essentielle pour dynamiser les réseaux. Pour ce faire, il démontre la nécessité d'avoir des acteur.ice.s qui prendraient le rôle de porte-paroles. Les portes-paroles seraient capables de faire entendre la cause et diffuser l'information à plus grande échelle. Dans son livre, il va même plus loin en écrivant que "la mobilisation, consiste à favoriser l'implication de tous, à consolider le réseau, grâce à des porte-paroles capables de « traduire » les différents intérêts en présence d'un registre à l'autre (par exemple de la logique technologique vers une logique de métier)²³". Autrement dit, il ajoute que parmi les portes-paroles, il existerait des "acteurs-traducteurs" qui permettent de créer de nouveaux ponts grâce à leur capacité de voir des liens/des connexions entre des acteur.ice.s qui ne se connecteraient pas obligatoirement. Le ou la porte-parole permettrait de favoriser l'entraide au sein d'un réseau tandis que le ou la traducteur.ice permettrait de faciliter les échanges et tisser des nouveaux liens d'un secteur à un autre. Le ou la porte-parole et

¹⁸Réf.5

¹⁹COLLIN Paul-Marc, LIVIAN Yves-Frédéric et THIVANT Eric, 2016. La théorie de l'acteur-réseau. p.13

²⁰CLAUSS, Elisabeth, 2018. la Belgique, pépinière de stylistes convoités. Le Temps

²¹TEUNISSEN, José, 2011. Deconstructing Belgian and Dutch Fashion Dreams : From Global Trends to Local Crafts, Fashion Theory

²²CALLON, Michel, 2006. Sociologie de la Traduction Textes fondateurs. pp.267-276

²³Réf.22

l'acteur-traducteur.ice permettent d'agrandir un réseau pour que celui-ci prenne plus d'ampleur. Cela permettrait par exemple de sensibiliser tout un public intéressé par la mode à des enjeux environnementaux à bien plus grande échelle par exemple.

1.2 Controverses

La théorie de l'acteur-réseau a quelquefois suscité certaines polémiques. En effet, non seulement elle a bousculé la science classique puisqu'elle stipule que les hypothèses vérifiées ne sont pas des vérités naturelles, mais sont le résultat de réseaux complexes²⁴. Elle remet alors en question de savoir si la science est une construction sociale²⁵. Mais surtout, on peut se poser la question quant au rôle du porte-parole et de l'acteur-traducteur.ice. Effectivement, l'élément clé de la théorie est sa notion de réseau symétrique soit non hiérarchique. Michel Callon souligne le fait que le ou la porte-parole ne peut qu'être humain puisqu'il doit être capable de mettre en mot, mettre en relation les non-humains (objets, animaux, technologies, végétaux)²⁶. Seulement, si le ou la porte-parole est nécessairement humain, on revient alors à un système hiérarchisé : le réseau devient donc asymétrique²⁷. Il faudrait faire attention à ce que le ou la porte-parole ne prenne pas un rôle de "sauveur", comme seul.e acteur.ice du réseau capable d'établir des liens. Sinon, on reviendrait à un système individuel et hiérarchique ce qui viendrait contredire toute la théorie. Par exemple, il y aurait un risque que le ou la designer s'approprie les mérites : la lumière serait alors centrée sur son travail à ellui, ce qui invisibiliserait le travail des autres acteur.ice.s du réseau. Dans le cas de la laine, un ou une designer, après avoir tissé ses liens et expliqué les enjeux de la laine, pourrait gagner sa vie en vendant ses produits grâce au travail de l'éleveur.euse, alors que iel ne pourrait pas vivre de sa laine.

²⁴COLLIN Paul-Marc, LIVIAN Yves-Frédéric et THIVANT Eric, 2016. La théorie de l'acteur-réseau. p.8

²⁵MERMET Laurent, 2017. 9 TGSE 2017 Acteur-réseau 1ère partie.

²⁶VIBERT, Stéphane, 2022. Bruno Latour et la sociologie de l'acteur-réseau : enjeux épistémologiques et ontologiques d'une postmodernité radicale.pp.147-148

²⁷Réf.25

Chapitre 1.3 En quoi son application est-elle intéressante dans le système mode ?

La théorie de l'acteur-réseau est intéressante à appliquer au système mode. Je considère même qu'elle est essentielle pour parler de durabilité. D'une part, comme on l'a vu plus haut, elle remet en cause la hiérarchisation des métiers à l'œuvre dans le système mode. En valorisant la notion de réseau, c'est la collaboration entre les acteur.ice.s, acteurs inhumains y compris, qui est mise en avant. On revient à la notion de collectivité. Dans le système de la mode, ces dernières années, la collaboration a été en quelque sorte revalorisée, notamment par des designers ou des maisons de luxe qui ont souhaité mettre en avant le travail des couturier.ère.s. Par exemple, dans l'article paru en 2020, l'anthropologue Giulia Mensitieri exposait le fait que la maison Dior s'est mise à mettre beaucoup plus de posts Instagram sur lesquels on pouvait voir le travail des artisan.e.s et des couturier.ère.s dans les ateliers²⁸. Pourtant, on ne voit presque jamais le travail dans sa globalité : qui élève la vache pour faire du cuir ou encore d'où vient l'animal ? Travailler avec un ou une porte-parole permettrait de transmettre des informations précises liées à la conception d'un vêtement et d'établir des relations parmi tous les acteur.ice.s du réseau, dans le but de valoriser le travail entier de production. Cela permettrait également de sensibiliser le public à des enjeux écologiques par exemple.

Un autre exemple de cette volonté de faire valoir la nature collaborative du travail de la mode : le défilé de Louis Vuitton de la fashion week de Paris en janvier 2024. A la fin du défilé, Pharrell Williams a appelé les différentes équipes qui ont participé à la collection à monter sur scène afin de les applaudir. En réalité, c'est une bonne manière de rendre visible le travail des acteur.ice.s : cela permet au public de voir que le ou la designer n'est pas tout seul.e. Cependant, il me semble qu'on est encore très loin d'arriver à une reconnaissance du travail collectif. Je repense notamment au travail de Robert Mercier, artisan du cuir, qui a collaboré avec Balmain. Interviewé par le podcast Décousu en 2022, il raconte qu'il a réalisé des pièces devenues iconiques pour Balmain. Bien qu'il s'entende très bien avec le directeur artistique, il n'a jamais été invité à un défilé de mode. Il regarde depuis chez lui, à la télévision, les quelques pièces qu'il a réalisées défiler. De plus, son travail n'a jamais été crédité par les médias lors de la publication de photos de son atelier où l'on voit ses mains travailler.²⁹

L'industrie de la mode est hiérarchique, on le sait. C'est une bulle où les stars sont invitées à voir les défilés, celles-ci deviennent directeur.ice artistique et les étudiant.e.x.s en design rêvent de devenir célèbres et reconnus. Effectivement, ça fait envie. Mais ce n'est pas un système très sain ou qu'on pourrait qualifier de "durable". En réalité, on perpétue l'idée de l'ascension sociale et par conséquent, sa hiérarchisation : on accède à la gloire et on est considéré seulement quand on devient directeur.ice artistique. Comme si tous les autres rôles n'étaient pas aussi importants que le rôle du designer.

Le travail collectif devrait davantage être mis en avant pour, petit à petit, s'opposer à la glorification d'individus célébrés pour leur accomplissement personnel. Sans les acteur.ice.s de l'ombre, le célèbre designer ne peut pas faire son travail. On peut y voir un fort parallèle avec la figure de l'inventeur-génie solitaire ou l'individu inspiré³⁰ que la théorie de l'acteur-réseau réfute au profit d'un réseau non hiérarchique et solidaire. La non hiérarchie

²⁸Réf.3

²⁹Décousu, Podcast, 2022. La réalité de la vie des artisans de la Haute Couture avec Robert Mercier.

³⁰Réf.7

permettrait de créer une solidarité entre les différent.e.s acteur.ice.s, parce qu'elle permettrait de favoriser l'entraide entre les uns et les autres. En favorisant l'entraide, on pourrait de ce fait atténuer les atmosphères très compétitives qu'on retrouve parfois dans la mode.

D'autre part, la théorie permet de comprendre ce qu'il se passe à l'échelle locale. Effectivement, pour travailler une nouvelle idée, la théorie permet de comprendre quel est l'environnement technique existant. Pour tisser des liens avec les acteur.ice.s, il est nécessaire de comprendre, de chercher, de se renseigner sur ce qu'il se passe autour de nous dans le but de créer un réseau. En faisant ce travail-ci, on peut alors mieux percevoir notre environnement local. Par exemple, dans mes recherches, j'ai eu l'occasion de rencontrer Jawad, conseiller agricole en commercialisation et vente directe à la chambre vaudoise de l'agriculture chez Proconseil. Dans le cadre de son travail, il s'occupe du groupe d'intérêt de la laine suisse. Il réunit toutes les informations concernant les projets liés de près ou de loin en lien avec la laine, ce qui permet de pouvoir centraliser les informations au niveau suisse-romand. Il illustre la théorie en se mobilisant, en réunissant les connaissances existantes et en tissant ainsi un réseau pour que chaque acteur.ice puisse se rencontrer. Dans le monde de la mode par exemple, il y a cette pratique de ne donner les contacts qu'aux personnes de confiance. Les contacts de production ou de fournisseurs par exemple se partagent difficilement par peur de se faire concurrence³¹. La théorie permettrait de démystifier la notion du "contact" et de rendre le partage des connaissances techniques locales plus facile. Le ou la designer ne devrait pas voir le partage de connaissances/contacts comme une menace concurrentielle, mais plutôt l'envisager comme une entraide et un partage égal. Dans une démarche durable, cela permettrait de progresser et d'améliorer les produits de chacun.e.s plus rapidement en toutes connaissances de causes.

Finalement, la théorie nous permet de faire le lien entre la nature et la société. Comme vu à plusieurs reprises, le système est non hiérarchique et les acteur.ice.s du réseau sont humains et non humains. L'analyse du réseau doit donc être faite avec tous les objets, les machines et les éléments considérés comme inertes. Dans le cas de la laine utilisée à des fins textiles, la création du designer dépendrait de la race des moutons choisies puisqu'en fonction des différentes races la fibre n'est pas la même. La qualité de la fibre dépend, elle, de la nourriture donnée par les éleveur.euse.s, puisque la laine d'un mouton élevé pour sa viande n'est pas la même que celle d'un mouton élevé pour sa fibre. La tonte est également un élément majeur à considérer puisque la minutie de la tonte peut préserver la fibre ou au contraire une tonte réalisée "à la va vite" pourrait altérer sa qualité.

³¹Discussion avec Lucie Lascaux

Chapitre 2 : Application de la théorie dans le cas concret de la laine en Suisse

2.1 : Contexte et valorisation actuelle de la laine en Suisse

Ces dernières années, l'écosystème de la laine en Suisse s'est vu redynamisé. Après l'arrêt définitif de production des couvertures militaires en laine et suite aux nouvelles fibres synthétiques, la laine avait peu à peu été délaissée. Les éleveur.euse.s, payé.e.s il y a environ 30 ans 10 francs par kilos de laine, sont aujourd'hui rémunéré.e.s entre 20 centimes et 1,50 francs environ³². Tondre un mouton il y a quelques dizaines d'années rapportait beaucoup plus. Actuellement, la tonte nécessite beaucoup de temps et d'investissement personnel pour très peu d'argent. La laine a donc commencé petit à petit à être jetée ou brûlée par simplicité mais également par manque d'informations puisque les entreprises qui récupèrent la laine se faisaient plus rares. C'est alors plusieurs tonnes de laine qui sont jetées chaque année. Cependant, nous constatons aujourd'hui un regain d'intérêt pour cette filière : au départ par souci écologique, puis par conviction sociale et économique.³³ La laine est une matière première extrêmement riche et qui peut être utilisée de plein de manières différentes. Elle peut évidemment être utilisée dans le domaine du textile, mais également pour de l'isolation et comme rembourrage de matelas entre autres. Une matière précieuse qu'on peut récolter par tonne et qui plus est, localement. Ce chapitre regroupe les différents rôles des acteur.ice.s que j'ai pu rencontrer ou avec qui j'ai pu travailler durant ces deux dernières années. Il s'agit seulement d'une petite partie d'acteur.ice.s, d'entreprises, de designers ou d'associations qui existent en Suisse actuellement.

³²Entretien avec Martine Gerber, 2024

³³lainesdici.ch, 2023

Associations et Filatures

Quelques filatures à échelle associative ont commencé à émerger depuis 2004 comme par exemple Laines d'Ici, basée à présent à Cernier dans le canton de Neuchâtel, et également la Filature de l'Avançon à Bex, fondée par Martine Gerber en 2017. Ces deux associations récupèrent la laine des éleveur.euse.s dans le but de la revaloriser. La revalorisation de la laine s'effectue en plusieurs étapes. La première est celle du tri de la laine : une fois les toisons de moutons récupérées, la laine est triée dans le but de conserver les fibres exploitables pour en faire du fil. Ensuite, la laine est lavée en machine avant d'être séchée et d'être transformée en fil. Laines d'Ici est actuellement une des filatures associative de suisse-romande qui possède le plus d'outils et de machines pour les étapes de transformation de la laine. Iels font du travail à façon, c'est-à-dire que les éleveur.euse.s ou toutes personnes en possession de toisons de moutons peuvent venir amener leur laines. Ceux-ci peuvent ensuite la récupérer sous forme de fil. Laine d'Ici peut actuellement laver 3kg de laine par machine, ce qui ralentit le travail puisqu'il ne manque pas de matière, mais de plus grandes infrastructures pour le lavage³⁴.

fig.1



fig.2



fig.3



fig.4



fig.5



fig.6



Fig. 1-6 : Images photographiées par moi-même lors de ma visite à la filature de Laines d'Ici à Cernier (NE)
 Dans l'ordre : fig.1 Tri de la laine ; fig.2 Système de lavage ; fig.3 Système de séchage ; fig.4 Le loup ;
 fig.5 Divers machines pour carder et brosser les fibres ; fig.6 Écheveaux de laines

³⁴Table ronde lors des Design Days à Genève, Laines d'Ici, 2023

La Filature de l'Avançon travaille sur un axe plus artisanal³⁵. Leur objectif est surtout de faire connaître le sujet de la valorisation de la laine et ses enjeux écologiques, économiques, sociaux et politiques. Iels possèdent un garage à laine à Bex où iels animent des ateliers de cardage et de filage artisanal. L'association va également sur les marchés pour vendre des bobines de de fil et quelques pièces que les artisanes de l'association ont créées. Cependant, ce n'est pas dans un but lucratif : ces marchés servent à principalement montrer leur démarche, ce qu'il est possible de faire avec de la laine et à sensibiliser la population sur le sujet de la laine et des éleveur.euse.s. L'aspect pédagogique est en effet très important pour elleux. En parallèle, Martine essaie de mettre en place un système de relation contractuelle pour mettre en valeur la laine de certain.e.s éleveur.euse.s dans la région³⁶. Elle s'est mobilisée pour que des groupes laines émergent dans des associations comme Prométerre et Uniterre, qui sont des organisations engagées pour les métiers des agriculteur.ice.s et des paysan.e.s.

fig.7



fig.10

fig.8



fig.11

fig.9



fig.12



Fig. 7-12 : Images photographées par moi-même lors d'ateliers à la filature de l'Avançon à Bex (VD)
 Dans l'ordre : fig.7 Explication des différentes laines en fonction des races de moutons ;
 fig.8 Atelier filage ; fig.9 Atelier Cardage ; fig.10 Laine brute non-lavée ; fig.11 Atelier filage
 fig.12 Bobines de fils artisanales et discussion autour de la laine

³⁵Entretien avec Martine Gerber, 2024

³⁶Entretien avec Martine Gerber, 2024

Une autre filature existante en suisse-romande est l'entreprise Flasa. Flasa est une filature industrielle qui a été fondée en 1934 et qui se trouve à Alle, dans le Jura. Ce n'est pas une association mais une entreprise à échelle industrielle. Iels ont la capacité de filer plusieurs tonnes de fils. La filature n'est pas spécialisée particulièrement dans la laine locale, mais travaille sur beaucoup de différentes fibres : que ce soit des fibres synthétiques comme le polyamide, le polyester ou l'acrylique, des fibres naturelles comme la laine mais aussi des matières d'origines naturelles transformées comme le lyocell entre autres. En proposant une large sélection de fils que ce soient des fils classiques ou fils techniques à usage spécifique utilisé pour les protections thermiques par exemple, Flasa est un acteur important en Europe en tant que fournisseur³⁷.

Moutons et élevage

Depuis plusieurs années, la laine mérinos a dominé le marché³⁸. Le mouton mérinos est une race réputée pour produire une longue fibre très douce. La laine mérinos est majoritairement utilisée dans le domaine du textile. Pourtant, il n'existe en Suisse qu'un seul élevage de moutons mérinos : il s'agit de Swiss Merino situé entre le Jura et le canton de Berne. Ces moutons sont élevés exclusivement pour leur laine et non pas pour la viande comme le sont souvent les autres élevages de moutons d'alpages. Cependant, la laine mérinos ne fait pas réellement partie des laines à revaloriser. Puisque cette race est élevée spécifiquement pour la qualité de sa fibre dans le but d'être ensuite utile à l'industrie textile, la laine de ce troupeau n'a jamais été jetée. Il bénéficie d'ailleurs généralement d'une tonte par un ou une professionnel.le spécialisé.e de cette race afin d'être sûr de conserver de belles fibres. Il privilégie d'une minutie particulière ; en quelque sorte, il s'agit d'un mouton un peu exclusif. Le mérinos est un mouton qui ne peut pas être élevé dans des hautes altitudes contrairement par exemple aux moutons nez noir, aux moutons miroir ou aux moutons gadine. Ces derniers sont parfois élevés pour leur viande ou pour faire du fromage par exemple. Ils sont capables de pâturer dans des zones où les vaches ne peuvent pas aller. La revalorisation de la laine concerne plutôt ces moutons d'alpages où les éleveur.euse.s ne peuvent pas être correctement rémunéré.e.s grâce à leur laine puisque ce ne sont pas des races qui servent exclusivement à l'industrie textile. D'ailleurs, comme la laine a perdu de sa valeur, beaucoup d'éleveur.euse.s ignorent que cette matière peut être récupérée et qu'il existe des entreprises et associations qui transforment cette matière. C'est ce dont témoignait Lucien Fellay, éleveur, lors d'une table ronde autour de la laine³⁹.



fig.13



fig.14

Fig.13: Image photographée par moi-même à Liddes. Moutons nez noir

Fig.14 Image prise sur le site [swiss-merino.ch](https://swiss-merino.ch/#uael-gallery-3). Mouton mérinos <https://swiss-merino.ch/#uael-gallery-3>

³⁷Flasa.ch, 2009

³⁸Table ronde lors des Design Days à Genève, Filature de l'Avançon, 2023

³⁹Table ronde lors des Design Days à Genève, Lucien Fellay, 2023

Entreprises

En Suisse, seulement une petite partie de la laine est utilisée à des fins textiles. Cependant, il existe d'autres façons de réutiliser cette matière première à plus grande échelle et c'est ce que fait notamment l'entreprise Fiwo. Fiwo est entreprise sociale de transformation de la laine à but non lucratif qui existe depuis 2005⁴⁰. Iels utilisent la laine locale pour en faire des matériaux de construction (comme l'isolation), mais aussi de la literie, de l'engrais et du fil.

Une autre entreprise existante, qui ne valorise pas spécifiquement la laine mais qui participe à la création de produits tricotés, est la production Steiger à Vionnaz (Valais). Steiger est une entreprise qui construit principalement les machines à tricot industrielles utilisées par des entreprises de prêt-à-porter, de textile, de maisons de luxe ou par les milieux plus techniques comme le domaine médical. Depuis 2020, iels ont commencé à créer des produits pour eux d'abord, puis iels ont ouvert la collaboration aux particuliers pour réaliser des séries de vêtements ou d'accessoires.



fig.15



fig.16

Fig.15-16 : Image photographiée par moi-même à la production Steiger à Vionnaz. Jean-Luc nous présente les machines de la production

Designers et projets de valorisation

Plusieurs designers se sont également intéressés à la valorisation de la laine dans leur travaux. J'ai eu l'occasion de rencontrer Sophie Fellay, designer de mode (Studio Remo), et Emma Casella, designer industriel/produit. Grâce à leur démarche, celles-ci participent à la visibilité de la laine locale en apportant de la valeur ajoutée par leur travail artistique. Elles ont d'ailleurs animé une table ronde sur le sujet lors des Design Days à Genève en 2023 et ont effectué un travail de cartographie. D'autres marques comme *Hä!* ont également créé des accessoires en moutons nez noir du Valais tricoté avec l'entreprise Steiger.

⁴⁰fiwo.ch

2.2 : Application de la théorie et comment se placent les acteur.ice.s dans le réseau

Le réseau, l'humain et le non humain

On pourrait penser que le choix des matériaux et le design sont des choix conscients du ou de la designer. Or, la race de l'animal ou la manière dont les moutons sont élevés peuvent influencer considérablement les possibilités de design. En effet, en Suisse, comme vu plus haut, il existe plusieurs races de moutons. Le mérinos est un mouton qui nécessite une alimentation particulière pour pouvoir avoir une très belle laine tandis qu'une autre race, élevée pour sa viande par exemple, bénéficiera d'une toute autre alimentation, ce qui aura un impact sur son poil. La fibre sera moins belle qu'un mouton alimenté exclusivement pour conserver une fibre de qualité. La race du mouton et par conséquent son alimentation est alors à prendre en compte dans ce réseau. La race et son alimentation sont des acteurs qui peuvent modifier directement la fibre et donc avoir une influence sur le rendu final de la matière. D'ailleurs, pour aller un peu plus loin, l'éleveur.euse ne sait peut-être pas que travailler la toison pour en faire du fil nécessite une tonte particulière pour conserver une certaine longueur. Iel ne fera donc pas forcément attention à la façon dont iel tond son mouton. Dans ce cas, la fibre ne sera pas bien préservée. Cela aura donc une conséquence sur la qualité du fil si la laine est récupérée. Les connaissances de l'éleveur.euse, la tonte, les outils qu'iels utilisent et l'alimentation sont des acteurs du réseau puisqu'ils ont un impact sur le fil. Le ou la designer qui souhaite travailler avec son environnement technique local existant devrait alors analyser/comprendre la configuration du réseau. C'est cette configuration du réseau qui déterminera le résultat final, à savoir un produit ou un vêtement. La plupart du temps, le ou la designer fait l'inverse : iel crée en premier lieu son design et décide ensuite du matériel qu'iel utilisera.

Pour mieux comprendre l'exemple ci-dessus, nous pourrions prendre un autre cas. Si le ou la designer souhaite travailler avec une production locale telle que l'entreprise Steiger, les capacités de la machine auront un impact déterminant sur le design. Une production sur ces machines ne peut que se faire avec une taille particulière du fil. Le fil Mérino peut s'utiliser sur ces machines, mais les bobines de fil artisanales de moutons nez noir de la filature de l'Avançon ne peuvent pas être utilisées. Le fil serait trop épais et trop rêche pour les aiguilles de la machine. La machine a aussi quelquefois un choix limité de possibilités. Ses capacités sont à prendre en considération et auront un impact sur le choix du design. Le ou la designer n'a pas d'autre option que de comprendre la capacité de la machine avant de créer ou d'adapter son design en fonction. Les acteurs non-humains du réseau ont alors un impact important sur le design. Par exemple, les machines de l'entreprise Steiger ne pouvaient pas faire ce que j'avais imaginé pour une série de bonnets. J'aurais pu aller faire ma série de bonnets en Italie ou ailleurs. Comme je souhaitais absolument travailler avec Jean-Luc et Nathalie avec qui j'ai pu beaucoup échanger, j'ai souhaité prioriser le travail avec les acteur.ice.s du réseau et par conséquent, les limitations de leur machine ont influencé le design du bonnet. Dans ce cas-ci, la machine est devenue un acteur important puisqu'il a impacté le choix final du design.

Collectif VS l'inventeur solitaire

Le designer a besoin des autres pour créer. Par exemple, dans le cas d'un ou d'une designer knitwear, iel aura besoin de quelqu'un qui saura faire du fil ou alors iel aura besoin d'un.e acteur.ice qui lui apprendra à faire son propre fil.

Dans l'écosystème de la laine locale, évidemment que le ou la designer a besoin d'un ou d'une agriculteur.ice qui sache élever des moutons. Iel aura également besoin de quelqu'un qui puisse tondre le mouton et de personnes qui transforment la laine en bobine filée. Sans tout le travail des acteur.ice.s du réseau, le métier de designer ne pourrait pas exister. Reprenons l'exemple de Jawad qui travaille dans le groupe laine de Prometerre et de Martine Gerber. Dans leur travail, iels essaient notamment de connecter toutes les personnes qui travaillent de près ou de loin autour de la laine en Suisse. En se mobilisant pour centrer les informations et en créant des discussions avec tous les acteur.ice.s du réseau, iels peuvent identifier avec tous les acteur.ice.s quels sont les problèmes actuels de l'écosystème. En connectant tous les acteur.ice.s entre elleux et en centralisant les informations, iels peuvent ainsi identifier ensemble ce qui manquerait actuellement au réseau de la laine. Pour le moment, le but serait de trouver un moyen de laver la laine en grande quantité en Suisse afin de pouvoir faire l'entièreté de la transformation ici. Actuellement, il n'existe pas de centre qui permettrait de laver la laine à échelle industrielle si ce n'est dans les pays voisins. Plutôt que chacun avance de son côté avec ses propres recherches, la collectivité permet de réunir les connaissances et les compétences techniques de toutes. Le travail de Jawad et de Martine permettent de réunir les informations de tous les différents domaines de la laine, de divulguer les informations aux autres acteur.ice.s pour que chacun puisse savoir actuellement précisément où est-ce qu'on en est : qu'est-ce qui est mis en place, qui sont les acteur.ice.s du réseau ? Grâce à cette démarche, toutes les acteur.ice.s émergent.e.s peuvent travailler à partir d'où en est l'écosystème de la laine, au lieu de commencer les recherches sur la laine à zéro. De cette façon, la collectivité permet de faciliter le travail de tous les acteur.ice.s du réseau et de faire avancer les recherches de valorisation toujours plus loin. Par exemple, Nicolas Fontaine, paysagiste, berger en formation et entrepreneur, voulait au départ créer une filature en Valais. Lorsqu'il a rencontré toutes les personnes du réseau et pris connaissance de toutes les informations réunies, il s'est rendu compte que cela ne servait à rien de dépenser des milliers de francs pour des machines pour filer alors que Laines d'Ici risquait de fermer par manque de financements⁴¹. A savoir que Laines d'Ici dispose de toutes les machines industrielles pour fabriquer un fil de qualité.

Le traducteur et le porte parole

Précédemment, j'affirmais que sans le rôle des autres acteur.ice.s, le ou la designer ne pouvait pas faire son travail et que ceux-ci avaient besoin des autres pour créer. Comme dans la théorie de l'acteur-réseau le système est non hiérarchique, cela voudrait dire que les autres acteur.ice.s bénéficient aussi du rôle du ou de la designer, puisqu'iel permet de rendre visible leur travail. Par exemple, dans le cadre de la filature de l'Avançon, Martine prendrait la place d'une porte-parole. Celle-ci fait un énorme travail en allant sur les marchés, en effectuant un travail pédagogique et en défendant les intérêts des paysan.e.s sur le plan politique. Seulement, il y aurait un risque que seules quelques personnes

⁴¹Entretien avec Nicolas Fontaine, 2024

précises se sentent concernées par son travail. Les personnes de la région de Bex pourraient se sentir plus concernées qu'un ou qu'une citoyen.e de Genève qui n'en a jamais entendu parler et qui ne vit pas à proximité de fermes.

Par exemple, il y a une année, la production Steiger à Vionnaz et la Filature à Bex ne se connaissaient pas alors qu'ils sont très proches géographiquement. C'est à ce moment-là que le travail du ou de la designer peut prendre sa place dans le réseau : le ou la designer, par ses compétences en design, matériaux, compréhension de la production de tricot et compréhension de l'industrie de la mode peut créer un travail autour de la laine qui sera visible dans un tout autre contexte. Iel pourra connecter la filature dans un contexte de production plus technique. D'ailleurs, c'est intéressant, parce qu'en interviewant Jean-Luc et Nathalie, avec qui je travaille régulièrement, iels m'ont affirmé de ne pas se reconnaître dans le réseau⁴². Pour elleux, le travail d'un ou d'une designer, les acteur.ice.s de la laine et leur travail ne font pas partie du même monde. Iels produisent un service au designer mais ça s'arrête là. Comme habituellement le ou la designer crée en premier lieu et choisit ensuite ses matériaux, on peut imaginer que les acteur.ice.s du réseau n'ont pas vraiment besoin de se connaître : iels travaillent sous forme de mandat. Le ou la designer choisit en amont, trouve l'entreprise qui peut lui trouver le service choisi et la collaboration s'arrête ici. Ce n'est pas vraiment parce que le ou la designer ne s'intéresse pas à ces métiers, c'est plutôt parce qu'iel conserve un statut de "décideur.euse". On est donc dans une forme de réseau vertical : le ou la designer n'a pas besoin de faire circuler des informations pour que le travail demandé soit fait. Par contre, si les informations étaient distribuées, on pourrait créer des synergies entre les différents acteur.ice.s et artisan.e.s ce qui rendrait l'innovation à échelle locale possible. Pour un processus durable, il est nécessaire de sortir du rôle du designer génie et qu'on passe à un rôle de designer qui met à profit les connaissances de son réseau pour développer le réseau local et donc faire des créations qui auraient un véritable impact en plus de faire grandir les possibilités de créations. Par exemple, si le réseau se développe, on peut acheter des plus grandes machines à laver la laine, laver la laine devient plus efficace, les paysan.e.s peuvent continuer à faire laver la laine : plus le réseau s'agrandit, plus on pourra arriver à faire en sorte que le travail des paysan.e.s soit mieux rémunéré.

⁴²Entretien avec Jean-Luc Lepieszko et Nathalie Guinnard, 2024

Chapitre 3 : La place du designer dans le réseau

3.1 : Le designer au sein du réseau

Pour repenser le rôle du designer au sein du réseau, il faut déjà comprendre que le ou la designer a une responsabilité. En discutant avec Martine Gerber, elle m'a confiée qu'elle pouvait parfois sentir son travail invisibilisé, notamment à cause de certaines marques de vêtements qui revendiquent leur pull fait "100% en laine Suisse" alors qu'en réalité, le vêtement comporte seulement 2% à 5% de laine issue de l'élevage de moutons suisses. Oui, c'est aberrant mais parfois seul un petit pourcentage suffit pour avoir le droit de dire "100% laine suisse". Le problème, c'est que c'est une forme de désinformation. Les personnes qui ne sont ni du domaine du textile ni de la mode peuvent facilement se faire influencer par ce type de publicité qui joue sur les appellations et les valeurs qu'on leur attribue dans le but de faire vendre. Ce qui n'est pas correct, c'est qu'en faisant passer un produit comme étant 100% en laine suisse, notre perception est biaisée puisqu'on a l'impression qu'il y a suffisamment de laine valorisée pour produire à une échelle industrielle tout en étant 100% local. En réalité, la quantité de laine n'est pas un problème, cependant, comme vu précédemment, il nous manque un système de lavage de laine industriel qui permettrait d'avoir l'entièreté de la revalorisation ici et donc qui permettrait de produire n'importe quel produit en grande quantité. Voilà pourquoi garantir la transparence des informations est essentiel.

Au début de ce travail, je pensais que le ou la designer n'apporterait que quelque chose de superficiel. Pourtant, comme le réseau est interdépendant et symétrique, le ou la designer possède aussi une place dans le réseau au même titre que les autres acteur.ice.s. En discutant avec Martine, elle trouvait que les designers contribuaient énormément à la visibilité de la laine. En fabriquant un produit désirable, iels servent à la valorisation de cette matière et à l'information : plusieurs personnes vont s'intéresser aux produits ainsi qu'à leur fabrication et des journalistes vont parfois plus facilement mettre en lumière le travail d'un ou d'une designer à l'approche locale et sustainable. De manière indirecte, le ou la designer participe à promouvoir les filatures. Mais iel devrait toujours contribuer à développer le réseau en lui attachant une sérieuse importance pour pouvoir contribuer à son succès ; avancer ensemble vers un but collectif.

Le ou la designer, responsable de ses choix autant dans le processus que dans les matériaux peut non seulement répandre les informations grâce à ses vêtements, mais iel est aussi à même de créer des liens à travers son travail de design. De nos jours, le ou la designer ne prend pas véritablement conscience du réseau et de tous les acteur.ice.s. Si le ou la designer, avec ses connaissances et ses compétences, conscientisait la théorie de l'acteur-réseau, iel serait en mesure de se poser l'intégralité des questions en ce qui concerne son produit, c'est-à-dire de penser le cheminement de A à Z, du mouton jusqu'à la production. Le ou la designer a lui aussi du pouvoir puisqu'en créant des ponts entre les différents univers (la théorie, l'industrie de la mode, l'environnement technique, les éleveur.euse.s, les moutons), iel prend un rôle de traducteur.ice : connecter ces différents univers est une conséquence de ses designs. Par exemple, Martine ne voit pas forcément ce qu'on fait ici à la HEAD et la HEAD ne connaît pas forcément les filatures locales. Le fait de montrer à Martine ce que j'ai réalisé avec les fils de sa filature lui permet de comprendre l'école et le monde de la mode. Le travail de recherche, de compréhension réalisée avec la filature de l'Avançon, permet de présenter le travail des éleveur.euse.s et le travail artisanal

local à la HEAD. Il s'agit d'un travail de traduction entre des écosystèmes qui ne se connaîtraient pas forcément naturellement.

Le ou la designer devrait d'abord prendre en compte son contexte avant de créer, afin de ne pas créer "hors sol" et trouver des solutions par la suite. Actuellement, on pourrait imaginer le ou la créateur.ice tout.e seul.e dans son studio qui crée son design et qui par la suite va s'intéresser au matériel qu'iel pourrait utiliser. Il s'agirait de proposer l'alternative suivante (pour s'inscrire dans une approche durable) : en premier lieu, le ou la designer devrait analyser son contexte et son environnement. Au lieu de débiter déjà une création, iel pourrait commencer par décider le matériel qu'iel souhaite travailler sur la base des ressources qui l'entourent : est-ce que c'est le tissu, le cuir ou le fil par exemple ? A partir de là, iel pourrait essayer de comprendre : de quoi ou de qui j'ai besoin pour travailler le fil ? Par exemple, un ou une designer qui souhaite travailler le fil dans un contexte spécifique en Suisse, pourrait identifier quels types de fibres il existe actuellement ? Il y aurait le lin, la laine ou il existe aussi des fournisseurs de fils synthétiques comme Flasa. Si je souhaite travailler la laine, qui sont les acteur.ice.s principaux ? Il y aurait la montagne, le mouton, l'éleveur.euse ou l'agriculteur.ice et la personne qui tond. Il faudrait que la création ne soit pas verticale (l'idée, puis le choix des matériaux, puis la production) mais plutôt l'envisager comme interdépendante à son contexte. C'est-à-dire qu'en analysant un certain environnement, de nouvelles idées apparaîtront, puis en approfondissant davantage le travail de recherches, apparaîtront une nouvelle fois d'autres idées au contact des autres acteur.ice.s. L'analyse du contexte nourrit la création, de même que la création apporte de nouvelles connaissances au contexte local : l'un nourrit l'autre et vice-versa. De cette manière, un ou une designer pourrait non plus surfer sur une tendance durable de manière un peu superficielle comme c'était le cas des pulls qui contenaient seulement 5% de laine suisse, mais pourrait créer un design qui s'inscrirait dans une démarche réfléchiée et durable. La définition de durable ici, n'implique pas seulement le "100% suisse" et le local. Je définis un design comme durable, si le design implique une démarche honnête, mettant en valeur le travail des autres acteur.ice.s du réseau et qui a un impact sur la valorisation d'une cause : le processus et les inspirations ne se centrent pas exclusivement autour de la vie ou des goûts d'un ou d'une designer. Dans ma pratique, je localise ma démarche en Suisse parce qu'actuellement, il existe un écosystème lié au fil ainsi qu'à la laine et que le travail des agriculteur.ice.s, des éleveur.euse.s et des paysan.e.s me touche particulièrement depuis toujours. Mais je ne qualifie pas mon travail comme durable seulement parce qu'il est local.

3.2 : Quelles solutions pour valoriser le travail des acteur.ice.s de ce réseau ?

De manière plus générale, une première solution serait évidemment de valoriser le travail des éleveur.euse.s pour qu'ils soient mieux rémunéré.e.s⁴³. Augmenter le prix du kilo de laine. Pour augmenter le kilo de laine, il faudrait en plus des subventions, promouvoir l'information qu'en tant qu'agriculteur.ice, la laine est parfaitement utilisable si on fait attention à la tonte. On pourrait également imaginer que des bourses puissent être accordées si le ou la designer remplit un dossier de motivation qui prouve son investissement de A à Z dans le réseau. Cela pourrait permettre de motiver les designers à travailler autour d'un sujet durable local. De plus, la lutte des acteur.ice.s du réseau et du designer deviendrait commune. On pourrait aller plus loin en imaginant qu'une bourse soit accordée par réseau. Le ou la designer pourrait faire son dossier de motivation en intégrant les rôles de chacun.e dans le réseau. De ce fait, la bourse sera attribuée à chaque partie du réseau individuellement. Cela permettrait aux filatures ou aux éleveur.euse.s de fournir une très bonne matière pour assurer des relations durables avec le ou la designer et au designer de garantir un travail local de qualité.

On pourrait aussi imaginer que les studios de design soient relocalisés près de là où le réseau d'acteur.ice.s se crée. De cette manière, le ou la designer peut alors consacrer du temps aux acteur.ice.s du réseau pour comprendre le rôle de chacun.e, en participant aux ateliers, en allant aider à la ferme, à la tonte du mouton et au tri de la laine par exemple⁴⁴. En participant activement au sein du réseau, le ou la designer n'achète pas tout simplement le fil ou un service à la source en s'attribuant les mérites ensuite de sa création durable. Cela impliquerait de prendre beaucoup plus de temps sur la création : au lieu de sortir quatre collections par années, en sortir plutôt une seule.

Garantir la transparence et être honnête sur le processus et les choix/provenances des matières est essentiel pour valoriser le travail des acteur.ice.s du réseau. Mettre une note avec chaque produit pour expliquer un peu le rôle de chacun.e ou expliquer l'histoire de la laine utilisée pourrait être déjà une solution. Cela impliquerait des changements légaux : il faudrait inscrire dans la loi que l'utilisation du "100% suisse" soit utilisable sous des critères très strictes. On pourrait aussi faire en sorte de créer un label.

Il faudrait aussi profiter des défilés pour sensibiliser et véhiculer les informations. Les acteur.ice.s ne devraient pas seulement être invité.e.s au défilé mais devraient y prendre part, par exemple, en participant à des tables rondes à la fin de l'évènement. Le but serait que les acteur.ice.s puissent partager aussi leur travail qui est un point clé pour le travail du designer. Au même titre qu'au cinéma, il y a un générique qui crédite toutes les personnes du projet, on pourrait imaginer un générique similaire au défilé.

⁴³Entretien avec Martine Gerber, 2024

⁴⁴Entretien avec Nicolas Fontaine, 2024

Conclusion

En considérant la mode comme un réseau, en considérant le rôle de toutes les actrices du système non pas comme exécutantes de nos idées, mais comme actrices à part entière, le design peut faire partie d'une cause ou d'une lutte commune entre actrices. En mettant en lumière les rôles des différentes actrices dans une démarche honnête, tout en ayant un impact sur la valorisation d'une cause, le design prend alors un autre sens : on peut décentrer peu à peu le rôle du designer et l'envisager différemment de la figure de génie. En contribuant au réseau et en lui attachant une sérieuse importance, le ou la designer peut avancer avec toutes les actrices vers un but collectif.

Tisser des liens à travers cet écosystème m'a permis de mieux comprendre le rôle de toutes. À travers nos conversations, les ateliers et les rencontres, j'ai pu prendre le temps d'écouter toutes ces actrices pour qui la laine est devenue la symbolisation de partages de valeurs sociétales, économiques, écologiques et finalement politiques. J'ai pu apprendre les enjeux de cet écosystème qui sont principalement la valorisation d'une matière jetée depuis plusieurs années, mais aussi la valorisation du travail des éleveuses. De part nos différents rôles et métiers, tout un réseau est actuellement en train de se tisser et celui-ci nous réunit pour discuter de cette cause qui nous tient à cœur.

Ce travail m'a beaucoup fait réfléchir à ma propre pratique et pourquoi je ne trouvais pas toujours ma place dans cette industrie de la mode. Comme expliqué plus haut dans ce mémoire, la méthode classique pour réfléchir un design est très centrée sur le goût personnel et le milieu du ou de la designer : ceux-ci trouvent leurs idées, puis les font réaliser par divers actrices en travaillant principalement par mandat. La théorie de l'acteur-réseau m'a permis de réaliser qu'en s'inscrivant dans un contexte spécifique, comme celui de l'écosystème de la laine, on pouvait créer différemment. C'est en participant aux ateliers de la filature de l'Avançon, en allant aider au tri de la laine, en continuant à rencontrer des personnes passionnées par cet écosystème que je puise mon inspiration ; le fil et son histoire conçoivent mes designs. Ils se créent lorsque j'essaie de comprendre ce matériau. Mes designs se forment en laissant place à des moments "imparfaits" et "brutes" de part le rendu esthétique du fil. Je n'essaie pas de le rendre plus désirable : j'essaie de l'appréhender tel qu'il est, sans chercher à le transformer, mais à le valoriser.

Pour continuer la réflexion de la théorie de l'acteur-réseau dans l'écosystème de la laine, il pourrait être intéressant de creuser encore le côté non-humain du réseau. À quel point la machine ou les outils utilisés peuvent-ils influencer un design ? Il y aurait également la notion d'interdépendance à explorer plus en détails. J'ai abordé la notion d'un réseau non hiérarchique mais quelles seraient les limites de l'interdépendance entre les actrices dans l'écosystème ? Ces questions permettraient de reconsidérer davantage le rôle du designer dans le réseau pour pouvoir continuer à créer de manière toujours plus consciente et plus durable.

Remerciements

Je voudrais remercier plusieurs personnes sans qui je n'aurais pas pu écrire ce mémoire. Un énorme merci à toutes les personnes que j'ai pu rencontrer durant toutes ces recherches autour de la laine. Merci à Martine Gerber, Jawad, Jean-Luc, Nathalie, Nicolas Fontaine pour toutes nos discussions inspirantes et le temps que vous m'avez accordé pour réaliser ces entretiens. Merci à La Filature de l'Avançon de m'avoir tant appris autour des ateliers de cardage et de filage. Merci à Laines d'Ici pour votre gentillesse et votre accueil. Merci à Lucie, Nicolas et Valentine pour votre écoute et nos conversations autour de ce travail. Finalement, un grand merci à Aude Fellay.

Annexes

Entretien avec Martine

- Bonjour, comment vas-tu ?
- Bonjour, bien merci et toi ?
- Oui, super. Merci beaucoup de m'accorder du temps pour cet entretien !
- Est-ce que tu pourrais me récapituler ce que tu fais, parce que j'ai peur parfois de mélanger les personnes.
- Oui bien sûr ! Alors, je suis étudiante en design de la mode à Genève. Je finis mon master cette année. Dans ma pratique, je travaille principalement autour du tricot, donc vraiment autour du fil. Ce qui m'intéresse, c'est de sourcer le fil et comprendre les différents rôles des acteurs dans l'écosystème de la laine. J'ai vraiment cette envie de sourcer le fil afin de discuter avec les personnes qui le travaillent. Je me suis intéressée il y a déjà deux à la laine parce que je pouvais directement discuter avec des filatures et les acteurs locaux qui travaillent en particulier. Mon travail de mémoire s'intéresse surtout à l'écosystème de la laine en Suisse. J'essaie de comprendre les différents rôles des acteurs dans ce réseau pour essayer de valoriser leur travail. Le lien que je fais avec la mode, c'est que je trouve parfois que le designer prend un petit peu beaucoup de place par rapport à tout ce travail des artisans qui se passe derrière.
- Est-ce que toi tu connais Jawad qui travaille chez Prometerre ?
- Oui, j'ai été voir la table ronde qui s'est passée à Genève et je l'ai rencontré à cette occasion. J'ai justement eu un entretien avec lui cette semaine pour le rencontrer.
- Donc toi tu étais au Design Days, donc tu connais déjà ce qu'il se passe actuellement en Suisse-Romande ?
- Oui, plus ou moins. J'étais à cette table ronde et j'ai pu discuter avec plusieurs personnes.
- Ok, super ! Comment tu voulais procéder pour cet entretien ?
- J'ai préparé quelques questions, j'ai entre cinq et dix questions. Tu peux vraiment parler librement, le faire comme tu le sens. En fait, j'aimerais comprendre ton rôle dans cet écosystème de la laine de manière un peu plus formelle même si on en a déjà beaucoup discuté avant.
Ma première question c'est comment tu te définirais dans cet écosystème de la laine, quelle est ta place, quel est ton rôle ?
- J'ai plusieurs casquettes. La première, eh bien je suis une petite paysanne éleveuse de moutons. Donc j'entre dans le circuit des paysans. A ce titre là, j'aimerais que la laine soit valorisée pour que les paysans puissent avoir un juste prix pour la laine. Pour l'instant ce n'est pas le cas. J'ai aussi un rôle de présidente d'une association

qui promeut la valorisation de la laine comme tu sais. Evidemment, c'est en lien avec l'élevage. Dans cette association, on valorise artisanalement la laine, donc ce n'est pas une filature à proprement parler, c'est une manière de mettre en évidence toutes les étapes de la laine et de les réfléchir. On n'a pas besoin de monter une entreprise, on voit tout de suite quels sont les obstacles à la valorisation de la laine. On anime des ateliers de partage où on réfléchit à cette problématique à travers l'artisanat. C'est la deuxième casquette. La troisième, c'est sur le plan politique puisque je suis députée au grand conseil vaudois. J'essaie de défendre les intérêts des paysans et des paysannes sur le plan politique.

- Est-ce que c'était pour des motivations plutôt politiques que tu as créé cette association ? Je me souviens que tu m'avais aussi parlé de l'aspect écologique. Quelles étaient tes motivations au début de cette filature associative ?

- Pour moi la politique c'est au sens large, je ne parle pas de la politique en tant que politicienne. Après c'est vrai que lorsqu'on a un mandat de député, on est dans le monde politique. On a les outils de politique à disposition. Mais on peut faire de la politique en tant que citoyen. Quand j'ai commencé à monter cette association avec des amis, c'était avant tout pour essayer de comprendre et essayer de résoudre un problème écologique. Mais pas l'écologie en termes politiques. Dans l'écologie, il y a l'économie, le social, l'environnement. C'est dans ce sens là que je parle d'écologie. Avec la laine, on peut mettre en évidence tous ces dysfonctionnements, en tout cas pour moi. De la manière dont l'humain s'inscrit sur sa planète sans considérer les ressources, sans prendre en considération la finitude des ressources et exploite la planète au lieu de l'utiliser à bon escient, en interaction avec son environnement. C'était vraiment mes premières motivations et ça reste toujours les mêmes.

- Parmi cet écosystème, quelles sont les personnes que tu côtoies, avec qui tu collabores le plus, quels sont les acteurs avec qui tu travailles dans cette association ? Ou même de manière plus générale, pour la laine ?

- Je travaille à plusieurs niveaux. Donc déjà, je travaille à la maison avec mes bêtes, mes brebis et elles sont mes actrices principales. Après je travaille aussi avec les autres paysans du coin. Malheureusement, j'ai pas un grand réseau paysan parce que je ne suis pas née dans ce monde. Je fais ça seulement depuis 10 ans. En plus, ce n'est pas ma région d'enfance donc il me manque un peu des contacts. En plus les paysans qui travaillent avec les moutons sont minoritaires. Les paysans qui s'intéressent à la laine sont encore plus minoritaires et c'est encore plus minoritaire lorsqu'on est une femme. Donc ça réduit un peu mon champ d'action. Ce n'est pas fermé, mais ça demande plus de travail d'être en lien. Au niveau de l'association, le travail est sur deux axes. Il y a l'axe de l'artisanat : toutes les personnes, surtout des femmes mais aussi quelques hommes, s'intéressent à la valorisation de la laine. Il y a des artisans, des designers, des commerçants, des gens qui ont des projets sur le plan secondaire ou tertiaire, c'est-à-dire soit de la production soit de la vente. Il y a aussi l'autre axe à laquelle je tiens beaucoup, c'est celle des éleveurs. J'essaie de mettre en place un système où on aurait une sorte de relation contractuelle pour mettre en valeur la laine de certains éleveurs dans la région. Au niveau de l'association, on travaille aussi avec les autorités, on renseigne toujours la commune pour qu'elle soit au courant de ce qu'on fait. On participe à des marchés, mais ce

n'est pas vraiment pour vendre, parce qu'on a seulement besoin d'un petit peu d'argent pour louer notre garage à laine, mais c'est surtout pour nous faire connaître et faire connaître le sujet. On travaille par exemple avec le salon des alpages aux Diablerets, ça permet de nous faire connaître dans le milieu des alpages. On essaie d'être présent sur le marché des bétails même si ce n'est pas évident. On était à Bulle et à Brun. On travaille avec le syndicat des petits bétails du Valais parce que c'est eux qui récoltent la laine à Collombey, le gros de la laine. On essaie aussi d'aller dans les écoles, d'accueillir des écoles. On est également allé visiter des entreprises de valorisation de laine comme Fiwo. On touche à un large réseau de personnes concernées par la laine.

- Oui c'est vrai, c'est assez impressionnant d'entendre toute cette liste. C'est chouette, j'ai l'impression que ça bouge bien.
- L'association a aussi sollicité des fonds auprès du canton pour mener une petite étude sur la laine en 2019. Ensuite Prometerre a accepté de créer un groupe Laine. La grande partie de recherches, de projets est entre les mains de Prometerre à présent. Ensuite il y a les relais politiques. J'ai déposé au Grand Conseil une interpellation sur la valorisation de la laine. On a aussi créé un groupe de laine avec Uniterre, je ne sais pas si tu connais ?
- Alors non, je ne sais pas du tout.
- Uniterre fonctionne comme un petit syndicat, mais ce n'est pas vraiment un syndicat dans le sens qu'on ne défend pas directement les intérêts salariaux, mais on défend les intérêts globalement des paysans. C'est un tout petit syndicat de gauche, parce que chez les paysans il n'y a pas beaucoup de gens de gauche. Il y a peu de moyens, mais c'est un chouette groupe, composé surtout de femmes. On a aussi créé un groupe Romand. Dans dix jours, on va se voir pour la première fois pour exposer nos projets et nos revendications. J'aimerais beaucoup essayer de rédiger une revendication pour que la laine ait un prix juste. En plus, on est en plein dans les luttes paysannes actuellement.
- Est-ce que tu te considères comme une porte-parole ? Parce que je vois tout ce que tu es en train de faire, toutes les personnes avec qui tu travailles et je me rends compte que ça bouge énormément. Est-ce que le terme de porte-parole est quelque chose qui te parle ou pas forcément ?
- Si, je pense que oui. J'ai pas des connaissances approfondies dans tous les domaines, parce que je suis une généraliste. Mais c'est vrai, je suis une porte-parole de cette problématique. J'essaie de faire le relais pour que l'information circule et qu'on ne se tire pas dans les pattes. Pour ne pas que chacun fasse de son côté les mêmes choses. Je suis contente que le canton ait accepté de payer quelqu'un pour travailler sur ce sujet. Je remets tout dans les mains de Jawad pour centraliser les sujets. Avant c'est moi qui le faisait, mais à présent je lui remets ce rôle.
- Oui, c'est effectivement plus intéressant de centraliser les sujets plutôt que chacun travaille de manière individuelle.

- En tout cas, on peut travailler chacun et chacune dans des projets spécifiques, mais c'est bien de savoir ce qu'il se fait ailleurs. C'est autre chose de ne pas le savoir. Après il y a quelqu'un d'autre qui est une grande fédératrice d'informations, c'est Marie-Thérèse Chopin. Elle est sur France et elle travaille à éditer la brochure "Atelier Laine d'Europe". Elle a beaucoup de connaissances y compris de la Suisse, parce que le mouvement est plus ou moins parti de la coopérative Longomaille. Ils travaillent depuis 30 ans sur ça et Marie-Thérèse est une grande spécialiste de la laine. Elle a créé une grande documentation de la laine à Brienzon. C'est un centre d'archives et parfois je me réfère à elle. C'est européen.
- Est-ce qu'au sein de la filature vous travaillez avec des designers ou est-ce que vous faites des créations ? Ou à titre personnel est-ce que tu tricotes ?
- Oui, au début quand j'avais 13 ou 14 ans, j'adorais l'artisanat, j'ai toujours aimé. J'ai beaucoup bricolé, travaillé avec la laine. C'est vraiment une passion. D'ailleurs je voulais devenir Tisserande. Après, j'ai seulement fait des stages parce que mes parents ne voulaient pas que je fasse ce métier. Ensuite, j'ai glissé dans quelque chose de plus artistique qu'artisanal. J'ai un peu abandonné la laine. Quand j'ai repris des moutons, 30 ans après, je suis retombée dans la laine et je pense que je ne vais plus en sortir. J'adore cette matière et je fais moi-même des petits tapis et je tricote, j'adore. Mais j'ai pas beaucoup de temps. Au sein de l'association, on a créé un groupe d'artisanes. C'est une copine qui est très douée dans l'artisanat qui gère ce groupe. On travaille sur des petits projets pour des commandes par exemple, pour perfectionner une technique avec des artisanes volontaires ou alors pour faire des produits pour nos marchés. Mais encore une fois, c'est plus pour le côté pédagogique, on n'est pas dans une perspective de rendement. On souhaite pouvoir transmettre tout ce qu'on peut faire avec la laine. Mais c'est plutôt prototypique, pour valoriser cette matière. On peut faire de l'isolation mais on peut aussi faire du bijou. On n'a jamais décidé d'avoir une relation contractuelle avec des designers. Ce n'est pas un objectif de l'association, mais ce serait une conséquence d'un bon travail de notre part si on pouvait vendre de la laine à des designers et collaborer. Mais on ne va pas se mettre à vendre des choses pour quelqu'un, parce que c'est trop compliqué. On fait tout gratuitement pour l'instant. On a décidé qu'on était entièrement sans argent. Mais par exemple, ça pourrait être une priorité de savoir qu'on peut garantir une telle laine pour un tel projet à une ou à un designer.
- Finalement c'est chouette de comprendre le rôle de chacun. C'est un travail commun : vous réalisez la laine, le fil et toutes ces étapes de valorisation et quelqu'un peut venir vous acheter de la laine. C'est aussi par là, je trouve, que se passe une certaine valorisation.
- C'est un peu une base en fait. Il y a des gens qui viennent parfois chez nous et qui ensuite s'autonomise, parce que c'est facile d'avoir de la laine. Une fois qu'on a compris comment ça marche, on peut aller voir chez son voisin et faire des démarches personnelles. Pour nous c'est très important. On souhaite produire de la vie, des compétences, mais pas nécessairement de l'argent.

- A présent c'est ma dernière question. Comme je l'ai dit au début, dans la mode on a ce travail du designer que je trouve plus valorisé ou en tout cas beaucoup plus mis en avant. On a cette figure d'un designer-star ou célèbre qui laisse peu de place, je trouve, ou de visibilité aux autres acteurs et artisans qui participent finalement pleinement au travail d'un designer. Dans votre cas par exemple, vous produisez la matière en passant par toutes ces étapes de valorisation du fil. Je me demandais si tu ressentais parfois la sensation d'être invisibilisé dans ton travail ou en tout cas dans le réseau. Peut-être que tu ne le ressens pas du tout par ailleurs.

- Je pense que pour l'instant ce n'est pas le cas. Parce qu'il n'y a pas vraiment de marché. C'est pas vraiment encore le cas, par contre je suis très sensible à ce que ça ne le devienne pas. Par exemple quand j'entends des projets, c'est un peu à la louche ce que je m'apprête à dire, mais quand j'entends des projets qui utilise de la laine suisse alors que c'est seulement 2% sur la totalité et que c'est fait à l'étranger mais revendu en Suisse, je me sens un peu flouée. Ce sont des entreprises qui empêchent que l'écosystème prenne forme, parce que ce n'est pas la réalité. La réalité, c'est qu'on a 100 tonnes de laine à valoriser. Ce n'est pas 3 grammes dans un pull qui va faire la différence. C'est très bien sur le fait, mais ça me dérange qu'on en fasse de la publicité sur le dos des moutons suisses et des éleveurs suisses. Parce que c'est du vent, ça ne résout pas du tout le problème. Ce que je voudrais, c'est que les personnes qui utilisent de la laine suisse pour faire des projets de valorisation participent à ce mouvement en sensibilisant les gens. Par exemple : On a réussi à mettre de la laine suisse, c'est X% sur la totalité. Un autre exemple pourrait être que ces entreprises nous aident à créer un label suisse sérieux. Il faut vraiment que la laine augmente au niveau du produit. Aujourd'hui, la fourchette de prix est entre 20 centimes et 1.50 francs environ, alors qu'il y a 30 ans le kilo de laine était à 10 francs. Je pense qu'il faut en priorité se préoccuper des éleveurs et fixer un prix. On veut que le prix de la laine soit plus cher que le prix de la tonte. Ensuite, le reste suivra. Sinon, les éleveurs travaillent à perte et ce sont les autres personnes qui font des produits qui se vendent très bien sur notre dos et qui réussissent à vivre de ça. C'est justement le problème de l'agriculture en ce moment. Ce sont les marges de la Migros qui font que l'argent repart dans la société. Mais en même temps, les paysans on doit les subventionner pour qu'ils puissent vivre. Là, il y a quelque chose à faire. On est là d'abord pour régler ce problème d'élevage. Voilà pourquoi avec Prometerre on essaie en premier lieu de régler le problème de lavage, parce que sans projet de lavage, il ne va jamais rien se passer en Suisse.

- C'est clair. J'ai beaucoup fait des recherches là-dessus. J'ai travaillé avec la production Steiger à Vionnaz qui a la capacité de tricoter justement des grandes séries. Mais on a passé une année à être 100% sûr que notre laine venait au moins d'un élevage suisse, alors malheureusement la laine est lavée dans le nord de l'Italie. On a quand même fait ce choix de l'utiliser pour un premier projet, mais j'avais été hallucinée du manque de transparence. Par exemple, quelqu'un m'avait dit qu'ils travaillaient avec du mérino suisse. Alors j'ai conscience que le mérino est déjà un mouton très particulier et que ce ne sont pas ceux qui sont dans les alpages, mais j'avais été hallucinée qu'on nous certifie que c'était 100% suisse alors qu'en creusant un peu, j'ai appris que la laine venait de Nouvelle-Zélande ou d'Australie. Mais le simple fait que le processus du filage était réalisé à échelle industrielle en

Suisse permettait de mettre une certification "100% Suisse". La laine était pourtant complètement importée. Je trouvais très dur d'être sûre de la transparence de la laine. Je crois que c'est ce qui m'avait le plus surpris : je n'en avais pas du tout conscience avant. J'ai une toute dernière pour clôturer cette interview : comment toi tu penses que le travail de la filière de la laine devrait être plus mis en avant ?

- C'est compliqué comme question. Je pense que tout travail qui se fait actuellement comme le tien, celui de Jawad, celui des associations telles que la mienne, ça contribue évidemment. Parce qu'il y a souvent des articles, la presse relaye facilement. C'est un sujet qui fait à la fois polémique mais qui n'est pas trop dangereux ou risqué. Il y a un film d'ailleurs qui va bientôt sortir qui s'appelle la Toison d'Or le 27 mars à Bex au cinéma et qui va tourner ensuite. Je pense que ce film va permettre de beaucoup se questionner. Après, je pense que c'est également pour ça qu'on souhaiterait créer une journée ou un mois romand de la laine avec le groupe Uniterre en 2025. J'en parlais justement à Jawad et on trouvait ça chouette d'allier le côté design, artisanat et créations. On pourrait faire un immense marché d'artisans de laine à Lausanne par exemple et parallèlement, dans la même période, faire des visites d'étables ou de lieux de récoltes de laines pour mettre en évidence déjà un bout de la filière au grand public. On pourrait organiser pleins de manifestations autour de la laine, des ateliers et clôturer avec une table ronde. C'est une très grande organisation mais ce serait génial de pouvoir le faire.
- Ce serait vraiment incroyable !
- Il y aurait aussi l'idée de faire au moins un site, par exemple sur Prometerre, avec une carte où seraient localisés tous les lieux de récolte de la laine en Suisse avec les coordonnées pour que les éleveurs sachent où la déposer. Ce serait le b.a-ba. Ce serait à la fois utile et ça ferait également la promotion de la filière. Cela permettrait d'être visible du grand public. On pourrait également organiser des visites d'entreprises comme Flasa dans le Jura ou Laine d'Ici à Cernier.
- Merci beaucoup pour le temps que tu m'as accordé, c'est très précieux.
- Merci à toi aussi, tu as beaucoup contribué à l'échange.

Entretien avec Jean-Luc et Nathalie

- (Léanne) Pour mon mémoire, je travaille autour des acteurs de l'écosystème de la laine en Suisse. Je m'intéresse à ce qu'il se passe localement, que ce soit au niveau technique ou en termes de filatures. Comprendre le processus pour la création d'un fil de A à Z et pour la production d'un vêtement. J'essaie de comprendre ce que font les acteurs pour essayer de mieux comprendre leur rôle dans ce réseau. Je fais un parallèle avec la mode, parce que je trouve que parfois le designer est très mis en lumière, très mis en avant alors que je considère que sans tout le travail des autres acteurs derrière, je ne peux pas faire mon métier qui est celui de designer. Vous pouvez vous sentir libre de répondre aux questions comme vous le sentez, je serai par ailleurs très curieuse de savoir si vous allez avoir les mêmes réponses ou non. Peut-être qu'on aura des surprises.
- (Nathalie) Oui, en plus on a deux métiers différents. Mais on travaille ensemble.
- (Léanne) J'ai environ 5 à 6 questions avec par moment des questions un peu plus précises. On peut également avoir une discussion un peu plus ouverte, je regarde en fonction du déroulement de l'interview. Ma première question c'est comment définiriez-vous votre place dans ce réseau ou plus spécifiquement ici dans cette production ?
- (Nathalie) Alors pour ma part, je travaille aux achats et dans la communication digitale en parallèle. Pour nous au début, la matière ce n'était pas quelque chose d'important. C'est nos clients qui normalement viennent avec leur matière pour demander des échantillons et pour savoir si nos machines sont capables de réaliser ces échantillons. Ensuite avec ces échantillons, ils décident s'ils souhaitent acheter la machine (de tricot) ou pas. Par la suite, ce qui a changé, c'est qu'on a commencé à faire des produits finis, ce qu'on n'avait jamais fait avant, parce qu'à la base on ne vend que les machines. Avec le covid, on a commencé à faire des masques et c'est à ce moment là qu'on s'est intéressé un peu plus à la matière. Je dirais qu'on s'intéresse à la matière avec un collègue avec tout ce qui est technique, tout ce qui est très spécifique comme par exemple l'aviation, l'aéronautique, le carbone ou la fibre de verre. Donc ce n'est pas du tout lié à la mode. Là, on a commencé à travailler plus sur les matières pour trouver des fournisseurs. Je dois trouver des fournisseurs pour faire des produits finis. On est parti très rapidement avec les masques, on souhaitait absolument essayer de faire un produit fini 100% Suisse. Avec les masques ce n'était malheureusement pas possible, parce qu'il n'y a pas de producteurs qui font du fil antibactérien. On était obligé de passer sur l'Italie parce que c'était le seul endroit où on a trouvé du fil antibactérien. Après, avec notre aventure avec Hä!, on a trouvé justement les moutons nez noir de Zermatt. Mais tout n'était pas non plus possible de faire en Suisse. Par exemple avec Flasa, on a eu ensuite que les moutons n'étaient pas élevés en Suisse. Après, il y a aussi la Filature de l'Avançon, que vous avez aussi été voir, mais eux ils n'ont pas les machines pour faire du fil très fin pour les machines. Alors pour nous c'est vrai que la matière, au début, on était pas très intéressés. C'était plutôt les clients qui nous amenaient la matière.

- (Jean-Luc) De toute façon nous, on est pas un tricotage. A la base on fabrique les machines. Donc on est des utilisateurs du fil. On achète du fil pour les machines ou les clients nous envoient du fil à tester.
- (Nathalie) On s'est un peu plus renseigné après.
- (Jean-Luc) On s'est renseigné, mais ce n'est pas notre but premier de produire quelque chose. Donc on est pas vraiment au fait de tous les tenants et aboutissants.
- (Nathalie) Oui c'est nos clients qui se renseignent. Ils savent tout en général ou alors nous si on s'intéresse à des tests techniques pour nos machines mais qui n'ont rien à voir avec la mode. Il y a plein de sortes de fils dans le médical par exemple. Mais nous ne sommes pas les premiers acheteurs de fils.
- (Jean-Luc) Oui, c'est le styliste. C'est toujours lui de toute façon. Ou l'acheteuse du styliste qui va à une énorme foire de fils de mode et tout ce qui s'ensuit. Là, ils voient toutes les nouveautés. Après ça part comme ça.
- (Léanne) Et donc en soi, quel est le but premier de Steiger ?
- (Jean-Luc) Fabriquer des machines. On est pas une usine textile, on est une usine mécanique. On fabrique des machines qui vont faire du textile par la suite, mais nous on est un atelier mécanique : on fabrique la machine. Après la machine est vendue et ensuite celui qui l'utilise, celui qui l'a achetée va faire un pull ou autre chose.
- (Léanne) : Et donc parmi tout ce réseau, quelles sont les personnes avec qui vous travailler le plus en général ? Les métiers des personnes avec qui vous travailler le plus ou est-ce que vous travaillez régulièrement avec des designers ou d'autres types de personnes ?
- Jean-Luc : Donc nous on fabrique toujours la machine et après c'est le client qui vient nous voir. Nous on n'a pas de liens avec un styliste autre. On fait une machine à tricoter, l'acheteur vient nous voir dans des foires internationales comme on a fait à Milan par exemple pour voir la machine. Si elle fait l'article qui lui plaît, le client va l'acheter. Après évidemment ça devient une relation parce qu'il devient notre client. Mais on présente surtout à la foire avec tous les autres concurrents d'ailleurs, nos machines. Mais on ne va pas travailler avec Chanel parce que c'est Chanel. Un de nos clients peut-être qui travaille chez Chanel à acheter nos machines mais on ne va pas directement travailler avec Chanel. Un client va acheter une de nos machines et celui-ci va tricoter pour Chanel.
- (Nathalie) On sait des fois par hasard d'ailleurs. Comme une fois on avait vu une robe de Stella McCartney, on a su par hasard qu'elle avait été faite sur nos machines. On a des clients mais plutôt dans le médical. Pas tellement dans la mode.
- (Léanne) Vous ne pensez donc pas vraiment travailler sous forme de réseau, mais vraiment sous forme de relation à clients, de manière individuelle ?

- (Jean-Luc) Oui, oui. En plus nos machines ont une base, mais si le client, pour son tricot, a besoin d'un ajout ou d'une fonction, on fait du sur-mesure. La machine est adaptée à la personne.
- (Nathalie) C'est un peu notre force d'ailleurs. On fait du sur-mesure pour nos clients.
- (Jean-Luc) On est petit, on peut se permettre de faire du sur-mesure. Les autres entreprises qui font de la grosse production, ils ne vont pas modifier une machine pour un client.
- (Nathalie) C'est ce que les clients apprécient : on fait du sur-mesure, on partage avec nos clients. Ils vont par exemple nous donner des idées de mécaniques et on va essayer de faire pour ce client des nouvelles options. C'est pas mal d'échanges assez sympas, on est assez proche de nos clients.
- (Léanne) Vous réalisez parfois vous-même un travail de design ?
- (Nathalie) Et bien notre designer il est là ! (en désignant Jean-Luc) C'est lui qui a créé notre masque qui a le plus cartonné par exemple. C'était son design.
- (Jean-Luc) Après ce n'était que des images. On regarde sur Internet des bricoles.
- (Nathalie) Mais même la forme de base, il en avait fait un, ensuite on a regardé si ça convenait ou pas, on l'a changé.
- (Jean-Luc) Après le design, c'est l'expérience. Les arrondis, comment on les fait etc...
- (Nathalie) Oui mais des fois il s'éclate, il fait des trucs sympas. Il fait des plaids avec des motifs rigolos. Que ce soit dans les mailles ou dans les dessins, il essaie des trucs. Ce n'est pas seulement les clients qui demandent.
- (Jean-Luc) On fait des trucs spéciaux de tricotage, en même temps on fait des dessins. C'est surtout pour montrer la technique. Et tu vois sur Internet ou dans un magasin je vois un pull qui est sympa : je prends en photo. Les petites particularités, je les prends en photos et ensuite j'essaie de les refaire.
- (Léanne) On arrive à la dernière question. Donc comme je l'ai expliqué au début, dans la mode on a un peu cette figure du designer "star", bien mis en lumière, mais qui laisse peu de visibilité aux autres acteurs et artisans. Est-ce que c'est quelque chose que vous ressentez ? Ou est-ce que parfois vous ressentez que votre travail est invisibilisé par rapport à un designer ?
- (Jean-Luc) Et bien nous il est carrément invisible puisque nous on fait de la mécanique. Donc ça n'a rien à voir. A la base, ça n'a rien à voir avec le textile. Mais, par rapport au travail de la confection, c'est un monde à part. J'allais dire que nous si on est invisible c'est normal, parce qu'on ne fait pas partie du métier.

- (Nathalie) Mais je dirais que c'est aussi dans notre caractère. On aime bien le côté un peu discret, on sait que ça donne du plaisir à des gens de faire des jolies choses et nous ça nous fait plaisir et c'est tout.

- (Jean-Luc) Mais nous on intervient pas, parce que la confection, la forme, c'est un monde à part. C'est une rupture obligatoire parce que nous c'est de la mécanique. Même si on fabrique la machine que le styliste va utiliser, c'est deux mondes à part. On n'intervient pas sur son travail à lui.

- (Léanne) Merci beaucoup pour votre temps et pour m'avoir expliqué ce que vous faisiez ici.

Bibliographie

Livres

COLLIN, Paul-Marc, LIVIAN Yves-Frédéric, THIVANT, Eric, 2016. Michel Callon et Bruno Latour, La théorie de l'Acteur-Réseau. Collection Grands Auteurs. EMS Editions. ISBN : 978-2-84769-888-6 version numérique

MCROBBIE, Angela, 1998. *British Fashion Design : Rag trade or image industry ?* Routledge. London : Routledge, 1998. Cultural Studies. ISBN : 0-415-05781-7.

MORRIS, William, GILLYBOEUF, Thierry, 2011. L'art et l'artisanat. Payot & Rivages. Paris : Payot & Rivages, 2011. Collection Rivages poche. Petite Bibliothèque. ISBN : 978-2-7436-2235-0.

ROCAMORA Agnès, SMELIK, Anneke, 2019. *Thinkink through Fashion : A Guide to Key Theorists*. Bloomsbury Visual Arts. Dress Cultures. ISBN : 978-1350-12520-9

THANHAUSER, Sofi, 2022. *Worn - A people's history of clothing*. Penguin. Random House, UK, 2023. Penguin Books. ISBN : 978-0-141-99031-6.

OCDE/Eurostat, Oslo Manual : Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data on Innovation. OCDE, 4^e éd., 2018, ISBN : 978-9264-30460-4

Articles

DESMONCEAUX, Juliette, 2019. CO2, eau, microplastique : la mode est l'une des industries les plus polluantes du monde. Le Monde [en ligne]. Septembre 2019. Disponible à l'adresse : https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2019/09/01/co2-eau-microplastique-la-mode-est-l-une-des-industries-les-plus-polluantes-du-monde_5505091_4355770.html [consulté le 27 février 2024].

MEIER, Olivier, 2022. Théorie de l'acteur-réseau: éclairage théorique et méthodologique. OBSERVATOIRE Action Sociétale Action Publique. Disponible à l'adresse : <https://observatoire-asap.org/index.php/2022/07/09/theorie-de-lacteur-reseau-eclairage-theorique-et-methodologique/> [consulté le 03 janvier 2024].

MENSITIERI, Angela, 2020. Les ouvrières de la mode, entre luxe et blouse. AOC [en ligne]. Mai 2020. Disponible à l'adresse : <https://aoc.media/opinion/2020/05/21/les-ouvrieres-de-la-mode-entre-luxe-et-blouse/> [consulté le 26 janvier 2024].

TEUNISSEN, José, 2011. Deconstructing Belgian and Dutch Fashion Dreams : From Global Trends to Local Crafts. Fashion Theory The Journal of Dress Body and Culture. Avril 2015. Disponible à l'adresse : <https://doi.org/10.2752/175174111X12954359478645> [consulté le 28 février 2024].

VIBERT, Stéphane, 2022. Bruno Latour et la sociologie de l'acteur-réseau : enjeux épistémologiques et ontologiques d'une postmodernité radicale.pp.147-148

Vidéo et Podcasts

Décousu, Podcast, 2022. La réalité de la vie des artisans de la Haute Couture avec Robert Mercier [en ligne]. Agathees, octobre 2022. Disponible à l'adresse:
<https://open.spotify.com/episode/1yFFccC5KqsAiQBnD5qEg1> [consulté le 04 janvier 2024].

Les Capsules d'Olen, 2022. Qu'est-ce que la Théorie de l'Acteur-Réseau ? [en ligne]. Les Capsules d'Olen, août 2022. Disponible à l'adresse:
https://www.youtube.com/watch?v=duK5igLNhkw&ab_channel=LesCapsulesd%27Olen [consulté le 27 janvier 2024].

MERMET Laurent, 2017. 9 TGSE 2017 Acteur-réseau 1ère partie. [en ligne]. Laurent Mermet, novembre 2017. Disponible à l'adresse:
https://www.youtube.com/watch?v=QTIPKgrJtDU&ab_channel=LaurentMermet [consulté le 10 février 2024].