

LAB VILLAGE MODE : INITIATIVE PILOTE D'ÉCOSYSTÈME D'ÉCONOMIE CRÉATIVE CIRCULAIRE DANS L'INDUSTRIE DE LA MODE



AGENDA 2030 - ODD



CULTURE 21: ACTIONS - ENGAGEMENTS

- 2. PATRIMOINE, DIVERSITÉ ET CRÉATIVITÉ
- 4. CULTURE ET ENVIRONNEMENT
- 5. CULTURE ET ÉCONOMIE
- 7. CULTURE, PLANIFICATION URBAINE ET ESPACE PUBLIC

DÉVELOPPEMENT, DURABLE, ÉCONOMIQUE, ENVIRONNEMENT,
INDUSTRIES CRÉATIVES, COMMUNAUTÉ, ESPACE PUBLIC,
CRÉATIVITÉ, COOPÉRATION, ACCÈS

1. Contexte

Bandung est la ville capitale de la province de Java occidental dont la population est de 3 millions d'habitant·e·s. Elle est connue pour être une destination culinaire, de mode et de loisirs, et accueille plus de 120 universités. La réputation de Bandung remonte à l'époque coloniale et est celle d'un lieu touristique de gastronomie et de shopping, où trouver des objets et vêtements en cuir et en tissu, entre autres. Bandung a rejoint le réseau Villes créatives de l'UNESCO, en tant que Ville du design en 2015.

2. Bandung et la culture

Le maire de Bandung (entre 2013 et 2018) a encouragé les partenariats internationaux. Un groupe d'universitaires et entreprises néerlandaises ont proposé des projets de collaboration, parmi lesquels se trouve le Lab Village Mode (*Fashion Village Lab*, FVL), avec le Forum Bandung Ville Créative (BCCF) comme partenaire local de premier plan.

**LE FVL VISE À CRÉER UNE INITIATIVE PILOTE
D'ÉCOSYSTÈME D'ÉCONOMIE CRÉATIVE CIRCULAIRE
DANS L'INDUSTRIE DE LA MODE.**

Le FVL se focalise sur les problèmes de durabilité dans la zone de Cigondewah, où se situe une usine de confection de vêtements de marques multinationales. L'usine est à l'origine de la pollution de l'eau et des sols et génère des déchets solides (restes de tissus) ; tandis que ses travailleur·se·s et les habitant·e·s de la zone vivent dans des logements insalubres, avec un accès limité à l'espace et aux installations publiques adéquates. Le FVL a démarré en 2014 avec des recherches et des études ; il a produit des concepts et des scénarios ; il a mis en œuvre des expériences et des prototypes de solutions ; il a collaboré avec les parties prenantes, internes (autorités locales, groupes de jeunes, de femmes, départements municipaux) comme externes (universités et centres de recherche, organismes de financement, etc.).

3. Objectifs et mise en œuvre du projet

3.1. Objectif principal et objectifs spécifiques

Le FVL vise à créer une initiative pilote d'écosystème d'économie créative circulaire dans l'industrie de la mode. Les usines à Bandung fabriquent pour des marques de mode multinationales, ce qui signifie que le cycle de production est influencé par les habitudes de consommation et les demandes mondiales, alors que les impacts néfastes engrangés par l'industrie (tels que la pollution de l'eau et des sols, les problèmes de déchets solides) touchent le site de production local et les populations sur place. Il est donc crucial de créer un prototype de site de production pour l'industrie de la mode qui puisse conduire à des pratiques durables en impliquant tous les acteurs et actrices concernées.

Les objectifs spécifiques sont les suivants :

- créer une destination pour le tourisme du secteur de la mode, grâce au récit « écosystème d'économie créative circulaire dans l'industrie de la mode » ;
- bâtir un lieu fonctionnant comme centre pour visiteur·se·s et entreprises, pouvant également accueillir un showroom, une galerie et une boutique et proposer des activités liées à la production de mode ;

- dédier une parcelle de terrain pour faire pousser des échantillons de plantes pour les tissus et teintes naturelles ;
- établir une coopérative locale centrée sur les entreprises à domicile ou les petites entreprises, en particulier dans le domaine des services et accessoires de mode ;
- améliorer l'espace public et les installations publiques ;
- incuber des start-ups locales utilisant les déchets de l'usine comme principaux matériaux pour leurs produits, en proposant des formations et des ateliers d'entrepreneuriat, design, packaging, marketing, etc. ;
- connecter une sélection d'entreprises locales (dont les produits remplissent déjà certains standards de qualité) aux marchés locaux, régionaux et mondiaux, et aider également au processus visant à la durabilité des entreprises.

3.2. Développement du projet

Principales actions mises en place

Parmi les principales actions, ciblant une population bénéficiaire de 21 500 habitant·e·s de Cigondewah, nous avons effectué :

- Des recherches : cartographie et identification des acteurs et actrices locales, de la variété des emplois, des ressources et d'autres potentiels ; expérimentation avec les matériaux ; prototypage de produits sourcés en local pour les PME locales ; analyse et recommandation de solutions, concepts et scénarios pour un écosystème d'industrie de mode durable.
- Du plaidoyer : sessions de discussion et ateliers avec différents segments de la population locale, en se focalisant sur le développement de produits et l'entrepreneuriat.
- De la formation et des ateliers : à destination des jeunes et pour l'entrepreneuriat ; à destination des PME et start-ups locales sur le développement de produits de la mode ; à destination des femmes et concernant les coopératives ; à destination de tou·te·s les habitant·e·s sur l'art des fresques murales et le design de mobilier urbain.
- Des projets : fresque, mobilier urbain et établissement d'une coopérative.
- De la diffusion : rapports de recherche, procédure et présentations au cours de forums internationaux.

LE FVL SE FOCALISE SUR LES PROBLÈMES DE DURABILITÉ DE LA ZONE DE CIGONDEWAH, OÙ SE SITUE UNE USINE DE CONFECTIION DE VÊTEMENTS DE MARQUES MULTINATIONALES. L'USINE EST À L'ORIGINE DE LA POLLUTION DE L'EAU ET DES SOLS, AINSI QUE DE L'ACCUMULATION DE DÉCHETS SOLIDES.

Tous les programmes du BCCF passent habituellement par trois phases (les « 3C ») :

- Connexion : de toutes les parties prenantes identifiées.
- Collaboration : chaque partie prenante réalise son intervention, souvent simultanément. Cartographie sociale et identification potentielle par Praxis et l'ITB : connexion et échanges avec les dirigeants des marques de mode multinationales dans leur pays respectif ; recherche et conceptualisation/développement de scénarios autour des thématiques touchant à l'écosystème d'économie créative circulaire ; expérimentations avec les matériaux et les processus ; discussions avec les groupes de femmes pour la création d'une coopérative qui appuierait leur micro-entreprise/entreprise à domicile ; planification des éléments esthétiques et fonctionnels de la zone, avec l'implication des habitant·e·s, d'artistes, de designers et d'étudiant·e·s.
- Commerce/Célébration : présentation des résultats de la partie « Collaboration ». Tous les plans établis n'ont pas été exécutés, cette phase est donc mise en pause, dans l'attente de la confirmation de davantage de ressources financières. Jusqu'ici, le FVL a donné naissance à une fresque, du mobilier urbain et la coopérative « Kawisan ».

4. Impacts

4.1. Impacts directs

Impacts sur le gouvernement local

La municipalité de Bandung a pris conscience des problèmes de la zone de Cigondewah, notamment de la pollution de la rivière Citarum, qui ne peuvent être résolus qu'avec une forte collaboration entre les villes avoisinantes. La municipalité, par l'intermédiaire de la facilitation et de l'attribution de budget, soutient ces initiatives de la communauté mettant en œuvre la pensée créatrice (*design-thinking*) et les méthodes d'acuponcture urbaine.

Le gouvernement de la province de Java occidental prévoit de subventionner un pôle créatif pour chaque ville de la province et d'établir une agence de l'économie créative à l'échelle de la province. Le FVL servirait d'exemple du fonctionnement possible d'un pôle créatif, et ferait ainsi partie des premières activités stratégiques de cette agence, qui doit envisager la région comme un écosystème entier pour le secteur de l'économie créative.

Impact sur la culture et les acteur·rice·s culturel·le·s locaux·les

Les jeunes ayant suivi des études de design pourraient mettre leurs compétences et connaissances en pratique, dans des projets requérant du professionnalisme dans les domaines du design, de la compréhension de la production de masse et du cycle de vie de biens de consommation, ainsi que de l'empathie sociale et de sensibilité à la communauté.

À travers le FVL, Bandung, en sa qualité de Ville UNESCO du design, pourrait alors illustrer sa vision du design et de la créativité comme pouvant offrir des solutions aux problèmes urbains.

LA MUNICIPALITÉ DE BANDUNG A PRIS CONSCIENCE DES PROBLÈMES DE LA ZONE DE CIGONDEWAH, QUI NE PEUVENT ÊTRE RÉSOLUS QU'AVEC UNE FORTE COLLABORATION ENTRE LES VILLES AVOISINANTES.

Impact sur le territoire et la population

Un équilibre doit être fait entre progrès technologiques et dynamiques et cohésion sociales, mais aussi dans le rendement de l'innovation sociale pour que la ville et ses habitant·e·s puissent en bénéficier. L'amélioration de la situation environnementale et la promotion d'une industrie de la mode durable accroissent progressivement le bien-être de la population du territoire ainsi que la génération de revenus, grâce aux nouvelles possibilités commerciales engrangées.

4.2. Évaluation

Il reste encore un segment final avant l'achèvement du projet du FVL. Les résultats obtenus jusque-là montrent toutefois que :

- La pensée créatrice et l'acuponcture urbaine sont efficaces pour des solutions rapides, à petite échelle, mais requièrent davantage de travail et d'engagement pour rester des solutions durables ou en développer.
- Les phases des 3C (Connexion-Collaboration-Commerce/Célébration) peuvent être facilement comprises par toutes les parties prenantes, elles constituent un outil utile pour communiquer les plans et les cibles, l'attribution des budgets et les autres ressources.

- La mise en œuvre des solutions ne doit pas reposer uniquement sur une partie prenante, pour ainsi éviter le risque de leur cessation en cas de changements dans le personnel à un moment ou un autre.
- Les interventions tangibles sont une source positive de motivation des habitant·e·s, avant de procéder aux programmes plus compliqués et immatériels, qui demanderont plus d'engagements.
- La communication dans toutes les interactions avec les parties prenantes locales doit utiliser des termes liés à leurs intérêts et qu'elles peuvent comprendre.

4.3. Facteurs clés

Les aspects clés sont :

- La cartographie et l'identification de toutes les parties prenantes et leurs rôles ou contributions.
- L'identification des leaders et leaders locales et principaux acteurs et actrices, qui sont les intermédiaires entre l'idée du projet et sa mise en œuvre, et qui peuvent communiquer avec les parties prenantes.
- La création d'une feuille de route avec des cibles claires approuvées par toutes les parties prenantes, pour communiquer sur des points particuliers et convaincre les sponsors/bailleurs d'investir dans le projet.

4.4. Continuité

La Loi sur l'économie créative de la ville de Bandung a été adoptée en janvier 2021, garantissant que l'économie créative sera toujours incluse dans la stratégie de développement. Conforté par la loi, le DesignAction.bdg (DA.bdg) se tiendra pour encourager la créativité et l'innovation pour résoudre les problèmes urbains, et continuera de formuler des recommandations pouvant améliorer les solutions du FVL. D'une certaine façon, le DA.bdg maintiendra et améliorera les idées et les méthodes du FVL et diffusera les méthodes, expériences et toutes les leçons apprises par les autres participant·e·s.

5. Plus d'informations

Bandung a été candidate à la quatrième édition du Prix international CGLU-Ville de Mexico-Culture21 (novembre 2019 - mai 2020). En juin 2020, le jury a publié son rapport final et demandé à la Commission Culture de CGLU de promouvoir ce projet comme exemple de bonne pratique de la mise en œuvre de l'Agenda 21 de la Culture.

Cette fiche a été rédigée par Dwinita Larasati, présidente du Forum Bandung Ville Créative (BCCF), Indonésie.

Contact : bccf.bdg@gmail.com

Instagram : [@bccfbdg](https://www.instagram.com/bccfbdg)

Avec le soutien de



Ce document a été réalisé avec le soutien financier de l'Union européenne. Le contenu de ce document est de la responsabilité de CGLU et sous aucun prétexte il ne peut être interprété comme le reflet du positionnement de l'Union européenne.



Ce document a été financé par l'Agence suédoise de coopération internationale au développement, Asdi. Asdi ne partage pas nécessairement les opinions exprimées dans ce document. La responsabilité de son contenu incombe entièrement à l'auteur.