



Paris -
Île de France
Capitale
Économique

MODE

Paris, vitrine mondiale (en devenir) de la mode durable ?

Entretien avec...

**Cynthia
Asije**

Fondatrice d'Adirelounge



PARIS, VITRINE MONDIALE (EN DEVENIR) DE LA MODE DURABLE ?

ENTRETIEN AVEC CYNTHIA ASIJE

Fondatrice d'Adirelounge

« Paris est un endroit où la mode durable et responsable est très visible. On la voit partout : dans les boutiques, les expositions, les campagnes publicitaires, et cela renforce l'importance mondiale de ces pratiques. »

Propos recueillis par Louise Limare le 15 janvier 2026.

Fondatrice d'Adirelounge, Cynthia Asije contribue à transformer l'industrie de la mode en alliant pratiques durables et héritage textile africain. Originnaire du Nigeria et aujourd'hui basée à Paris, elle mobilise sa connaissance de l'artisanat et de l'innovation pour créer des textiles végétaux uniques, destinés à des marques de mode du monde entier. Dans cet entretien, Cynthia revient sur son parcours, sa vision de la mode responsable et son regard sur Paris en tant que capitale mondiale de la mode.

Pouvez-vous revenir sur votre parcours professionnel et les étapes clés qui vous ont amenée à fonder Adirelounge ?

Cynthia Asije (CA) : J'ai commencé ma carrière dans la banque au Nigeria, mais j'ai toujours entretenu un lien très fort avec les textiles de notre patrimoine, en particulier le batik. Ayant grandi avec une mère célibataire, j'ai été très tôt sensible à la situation des femmes artisanes : au Nigeria, le salaire minimum est souvent inférieur à un euro par jour.

Il y a une dizaine d'années, j'ai quitté le secteur bancaire pour me consacrer pleinement à ce qui allait devenir Adirelounge, avec l'objectif de créer des textiles uniques tout en offrant de réelles opportunités économiques aux femmes. Adirelounge est née autour du batik et de la valorisation des savoir-faire textiles traditionnels, avec une forte dimension sociale.

Après un démarrage sur le marché local, nous nous sommes rapidement développés à l'international, notamment en Europe et en Amérique du Nord. Aujourd'hui, nous exportons notamment vers la France, l'Italie, l'Allemagne, la Grèce, les États-Unis ou encore le Canada. Nous travaillons désormais avec des créateurs dans près de 40 pays, que nous accompagnons dans la conception de collections à partir de nos textiles durables. Nos tissus sont utilisés par des marques de mode pour leurs collections, mais sont également distribués en boutiques spécialisées. Nous travaillons en permanence à l'amélioration de nos processus, de l'approvisionnement des matières premières jusqu'à la production, afin de répondre aux standards de durabilité. Nous produisons au Nigeria et en Europe, avec des partenaires notamment en France et en Pologne.

« L'une de mes principales motivations était de rendre autonomes les femmes au Nigeria. Je voulais leur permettre de gagner un revenu digne tout en préservant notre héritage textile. »

Comment percevez-vous l'évolution de l'industrie de la mode en matière de responsabilité environnementale et sociale ?

CA : L'industrie est clairement en mutation. **La mode est l'une des industries les plus polluantes au monde, et l'Europe joue un rôle moteur à travers des réglementations visant à réduire l'impact environnemental du textile.** Adirelounge s'inscrit dans cette dynamique en proposant des tissus à la fois durables, traçables et esthétiques. Cela nous a poussés à innover à toutes les étapes : choix des fibres, conception des motifs, emballages recyclés.

Nous avons également lancé un passeport numérique des produits, qui permet de mesurer et de tracer les émissions carbone, la consommation d'eau et l'origine des matières premières. Cela garantit que la durabilité ne soit pas un simple discours, mais une réalité mesurable et transparente.

« Nous ne parlons pas seulement de durabilité : nous avons des données et des indicateurs pour le prouver. »

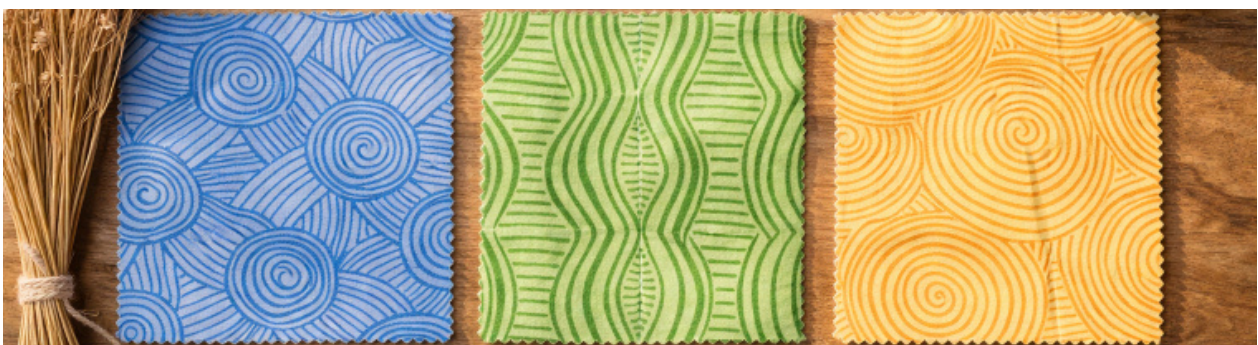
Paris est souvent décrite comme la capitale mondiale de la mode. Que représente Paris pour vous en tant que créatrice et entrepreneure, et pourquoi avoir choisi de vous y installer ?

CA : Paris est, sans aucun doute, la capitale mondiale de la mode. Bien avant de m'y installer, je rêvais de voir mes tissus défiler sur les podiums parisiens. En 2021, j'ai eu l'opportunité de m'installer à Paris grâce au programme La French Tech de Bpifrance et à l'accélérateur Bond'innov. Ces dispositifs ont été déterminants pour notre internationalisation : accompagnement administratif, accès à l'écosystème entrepreneurial, mise en réseau, notamment via Station F. Plus récemment, nous avons également intégré le programme EIT Culture & Creativity, qui a renforcé notre ancrage dans les réseaux européens de la mode et des industries créatives.

Être à Paris m'a permis d'accéder à de nombreux salons professionnels, à des marques internationales et aux marchés de l'Union européenne et de l'Espace économique européen. La ville est aussi une source constante d'inspiration : ses musées, son architecture haussmannienne, son histoire ont profondément nourri ma créativité et affiné ma vision du design.

Paris est bien plus qu'un lieu pour faire des affaires. C'est un espace de création et de transformation personnelle. J'y ai appris la résilience, l'importance de la communauté et de l'équilibre. Observer la manière dont les Parisiens prennent le temps de se reposer, notamment en août, m'a appris combien le recul et le repos sont essentiels pour nourrir la créativité.

« Paris a porté ma créativité à un autre niveau. C'est un lieu où je peux créer, m'exprimer et développer une entreprise durable. »



© Cynthia Asije / Adirelounge

Selon vous, Paris continue-t-elle à donner le ton dans la mode, ou son rôle est-il en train d'évoluer ? Pourrait-elle devenir un jour une capitale mondiale de la mode responsable ?

CA : Paris continue clairement à donner le ton. La ville joue un rôle moteur à travers l'innovation, les grands salons professionnels, la Fashion Week et surtout des réglementations textiles fortes. Ces cadres incitent les marques à intégrer des enjeux de durabilité, de recyclage et d'éthique.

En France, on encourage activement les consommateurs à « réutiliser, racheter, revendre ».

La seconde main et les produits responsables font désormais partie du quotidien. Paris est déjà en train de prendre cette direction. Les tissus durables sont visibles dans les boutiques, les étiquettes utilisent des matériaux recyclés, et les marques valorisent de plus en plus la mode responsable. Les incitations à la production limitée et au recyclage encouragent les consommateurs à réfléchir et à agir de manière plus consciente.

Comparée à des villes comme Copenhague ou Stockholm, Paris se distingue par la visibilité et l'ampleur de son engagement. La durabilité y est omniprésente et accessible à tous, ce qui renforce son potentiel en tant que référence mondiale.

Vous avez évolué dans différents écosystèmes. Quelles différences majeures observez-vous entre Paris et les pôles de mode africains ?

CA : Paris bénéficie d'un marché mature, d'infrastructures solides et surtout d'un fort soutien public, qui fait largement défaut dans de nombreux pays africains. Lagos est aujourd'hui reconnu comme un hub de la mode en Afrique, mais les défis restent nombreux : accès à l'électricité, pouvoir d'achat limité, réseaux de distribution encore fragiles. Cela rend difficile la structuration d'un véritable marché de la mode.

Dans de nombreuses villes africaines, l'écosystème est encore émergent. Des défilés et événements existent, mais les infrastructures commerciales et le soutien institutionnel sont très limités, voire inexistants. **Beaucoup de marques africaines se conforment aux standards internationaux principalement pour exporter, et non pour répondre à une demande locale.**

Pourtant, le potentiel est immense. Les savoir-faire artisanaux (batik, tissage, teinture) se transmettent de génération en génération. Chez Adirelounge, nous avons formé environ 5 000 femmes et employons aujourd'hui 500 personnes, contribuant ainsi au développement économique local tout en préservant ces savoir-faire.

Comment imaginez-vous Adirelounge et des villes comme Paris dans dix ans ?

CA : J'aimerais qu'Adirelounge devienne une marque de référence, associée à l'héritage, à la durabilité, à l'unicité et à l'innovation textile. Nous souhaitons continuer à intégrer la technologie, développer nos passeports numériques et rester à l'avant-garde de la mode responsable.

Quant à Paris, j'espère que la ville deviendra une véritable capitale de la mode durable et responsable. Que les consommateurs puissent acheter en toute confiance, en connaissant l'impact environnemental et social de leurs produits. La *fast fashion* laissera place à des choix plus conscients, traçables et durables. **Aujourd'hui, acheter un produit fabriqué en France, c'est déjà acheter un morceau de Paris. Demain, si Paris devient la capitale de la mode écologique, ce morceau de Paris sera aussi un symbole de responsabilité et d'engagement environnemental.**



Paris-Île de France Capitale Économique (PCE) est le lab' de l'attractivité du Grand Paris.

Créé en 1991 par la CCI Paris Île-de-France avec une trentaine de Grand Paris Makers® (grandes entreprises françaises) et soutenu par la Métropole du Grand Paris, PCE analyse les tendances et facteurs qui façonnent les métropoles attractives d'aujourd'hui et de demain. PCE identifie les enjeux et propose des solutions concrètes pour que le Grand Paris et ses acteurs anticipent les grandes transitions et affirment leurs rôles de leaders sur la scène internationale.

Son ambition est de **faire du Grand Paris le pionnier et le leader des transitions** en portant les propositions des acteurs économiques et des territoires au plus haut niveau.

PCE assure 3 missions centrales :

- veille prospective, benchmarking international sur les facteurs d'attractivité des villes globales ;
- organisation de groupes de travail portés par des acteurs économiques pour dégager des pistes d'action et mettre en œuvre des chantiers d'expérimentation dans le Grand Paris ;
- mise en valeur des savoir-faire de nos Grand Paris Makers® en organisant des conférences et des séminaires, en accueillant des délégations internationales et en organisant des *learning expeditions*.

Éditeur

Paris-Île de France Capitale Économique
2 place de la Bourse - 75002 Paris
contact@pce-idf.org

Directrice de la publication

Chloë Voisin-Bormuth

Rédactrice

Louise Limare

Communication

Louise Limare, Louise Tirvaudey