

# Oh sweet-shirts ! Les dessous de l'industrie de la *fast fashion*

Une analyse de Clémentine Tasiaux



: indique un lien consultable dans l'Internet

*" Ce que vous portez est la manière dont vous vous présentez au monde, surtout aujourd'hui, quand les contacts sociaux sont si rapides. La mode est un langage instantané. "*

### Muccia Prada

Pour certains d'entre nous, s'habiller est un moyen d'expression. De la coupe aux couleurs, les vêtements que nous portons peuvent en dire long sur qui nous sommes. Notre style vestimentaire nous permet en effet de nous affirmer, de nous démarquer, ou au contraire de souligner notre appartenance à un groupe. Que l'on porte un costume-cravate, un sarouel ou pull à capuche, le message que nous renvoyons n'est pas le même. En nous habillant, nous véhiculons tous une certaine image qui peut être analysée et interprétée par l'autre en quelques minutes à peine.<sup>1</sup> D'ailleurs, cet homme que vous avez croisé ce matin dans le métro en chemise blanche, impeccablement repassée, il avait l'air d'un travailleur plutôt sérieux, n'est-ce pas ? Surtout à côté de ce garçon du même âge en short et au t-shirt délavé... Et cette dame, un peu plus loin, avec ses vêtements amples et ses bijoux en bois, elle doit plutôt manger bio, vous ne pensez pas ?

Sans nécessairement le vouloir, notre look vestimentaire contribue à véhiculer des représentations, erronées ou non, de notre personnalité.<sup>2</sup> D'où l'envie, voire la nécessité, pour certains, de renouveler sans cesse leur garde-robe afin de soigner leur image. Cependant, bien souvent, prendre soin de sa garde-robe se traduit par l'acquisition de nouvelles pièces qui viennent s'ajouter aux vêtements achetés l'an passé, remplissant de plus en plus nos tiroirs et nos étagères. Et cela, les grandes enseignes de mode l'ont bien compris. Les magasins tels que H&M®, Zara®, Primark®, Pull and Bear® et bien d'autres regorgent de vêtements à prix réduits et dans l'air du temps. Il y en a pour tous les goûts ! Rendus de plus en plus avantageux à la fabrication comme à l'achat, ces pièces de mode voient leur quantité augmenter dans les rayons avant de terminer chez nous, dans nos armoires. À tel point que le poids moyen de la garde-robe annuelle des belges est presque passé du simple au double en moins de dix ans.

<sup>1</sup> J. GENTRY, S. GUPTA, W. GWOZDZ, K. STEENSEN WIELSEN, *The relationship between fashion and style orientation and well being*, Copenhagen : Copenhagen Business School, « Mistra Future Fashion Report », mai 2017, [en ligne :] <http://mistrafuturefashion.com/wp-content/uploads/2017/11/D3.1.1.2-Style-versus-fashion-and-wellbeing.pdf>.

<sup>2</sup> H. GARNER-MOYER, « Le poids de l'apparence physique dans la décision d'embauche », *Le Journal des Psychologues*, 257, 2008/4, p. 53-57.

Mais que se cache-t-il dans les coulisses de l'industrie qui fait gonfler nos garde-robes à vue d'œil ? Quels sont les mécanismes qui ont permis de rendre la mode, autrefois réservée à une élite économique, si accessible ? Et quelles sont les conséquences de cette augmentation massive de la commercialisation des vêtements ? Au travers de cette analyse, tentons de découdre les fils de l'industrie de la mode.

## I. Des vêtements comme s'il en pleuvait

En 2008, l'organisation Oxfam rapportait que les Belges achetaient en moyenne treize kilos de vêtements par an.<sup>3</sup> Huit ans plus tard, la balance s'affole ! Si on se calque sur la moyenne européenne des pays comme le nôtre, en 2016, on passe du simple au double avec une quantité moyenne d'achats variant entre vingt et trente kilos par personne.<sup>4</sup> Pourtant, bizarrement, si les garde-robes débordent, les portefeuilles, eux, s'en portent bien. En effet, le budget que les Belges allouent au shopping n'augmente pas. Il diminue même. Pour treize kilos de nouveaux achats en 2008, le budget alloué par une famille belge se situait aux alentours de 4,4 % de son revenu total.<sup>5</sup> En 2016, pour près du double, la même famille n'y accorde plus que 4,3 %.<sup>6</sup> Et si on compare ce pourcentage avec celui du début des années 1980, l'écart est encore plus flagrant. À cette époque, c'est 8 % du budget annuel qui y était consacré.<sup>7</sup> En somme, aujourd'hui on achète beaucoup plus pour beaucoup moins.

<sup>3</sup> C. HECQUET, C. STOMMEN, « La filière des vêtements de seconde main », *Oxfam*, 10 janvier 2008, [en ligne :] <https://www.oxfammagasinsdumonde.be/blog/2008/01/10/la-filiere-des-vetements-de-seconde-main/#.W0kPyxlzZE4>, consulté le 2 juillet 2018.

<sup>4</sup> G. VEDRENNE, « Les chiffres (effarants) du gaspillage textile en France », *Europe 1*, 6 mai 2016, [en ligne :] <http://www.europe1.fr/economie/les-chiffres-du-gaspillage-textile-2738608>, consulté le 2 juillet 2108.

<sup>5</sup> *Les ménages*, Liège : Conseil économique et social de Wallonie, « Dossier du CESRW », mai 2011, [en ligne :] [http://www.cesw.be/uploads/publications/fichiers/Dossiers%20du%20CESRW/5.Dossier\\_Menages.pdf](http://www.cesw.be/uploads/publications/fichiers/Dossiers%20du%20CESRW/5.Dossier_Menages.pdf), consulté le 2 juillet 2018

<sup>6</sup> « Un tiers de nos dépenses consacré au logement », *StatBel*, 26 septembre 2017, [en ligne :] <https://statbel.fgov.be/fr/themes/menages/budget-des-menages#news>, consulté le 02 juillet 2018.

<sup>7</sup> F. BOSSIER, M. ENGLERT, *La problématique de la consommation privée dans l'économie belge*, Belgique, 1995.

Comment cela est-il possible ? La réponse à cette question est plus complexe qu'il n'y paraît, mais on peut l'associer à l'émergence d'un mécanisme bien précis : l'industrie de la *fast fashion*.<sup>8</sup>

## II. Vous avez dit *fast fashion* ?

Encore peu connu, le terme « *fast fashion* » désigne un concept simple qui a révolutionné l'industrie textile. Pour rendre la chose imagée, la *fast fashion* est à la mode ce qu'IKEA est au design. En d'autres mots, il s'agit de reproduire les nouvelles tendances mises en avant par les marques de haute couture et les rendre accessibles à monsieur et madame tout le monde. Tout comme pour le cas IKEA, ce qui caractérise la *fast fashion*, c'est aussi la rapidité de production. Dans notre vie courante, cette façon d'envisager la mode est typiquement incarnée par des enseignes comme Zara®, H&M®, Primark®, Mango®, &Other Stories® et d'autres encore. Ces magasins, qu'on retrouve aux quatre coins du monde, peuvent aller jusqu'à concevoir 52 collections par an, c'est à dire une collection par semaine. Terminées les collections printemps-été/ automne-hiver annuelles, les vêtements vendus par l'industrie de la *fast fashion* sont conçus pour être toujours à la pointe de la mode. D'ailleurs, on compte à peine entre trois et cinq semaines entre le moment où le vêtement est « designé » et l'instant où il se retrouve dans les rayons du magasin.<sup>9</sup> À ce rythme, difficile d'être démodé ! Et il n'y a pas à s'en faire, ces vêtements sont produits dans des quantités si grandes qu'il y en aura pour tout le monde. Leur affluence sur le marché est impressionnante. L'abondance, voilà une autre caractéristique de la *fast fashion*. En 2016, rien qu'en France, on a acheté, 700 000 tonnes de textile sans parler des quantités d'inventus.<sup>10</sup>

En terme de production, il n'y a pas de secret, pour produire vite, en grande quantité et à bas prix, miser sur la qualité est quasiment mission impossible. Le souci premier étant la réduction des coûts et la mise à disposition des vêtements, les grandes marques de prêt-à-porter font appel à la sous-trai-

<sup>8</sup> V. BHARDWAJ, A. FAIRHURST, « Fast fashion : response to changes in the fashion industry », *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, XX, 1, 2010, p. 165-173.

<sup>9</sup> V. BHARDWAJ, A. FAIRHURST, « Fast fashion : ... », *op. cit.*

<sup>10</sup> G. VEDRENNE, *op. cit.*

tance. Cela signifie que les vêtements achetés en magasin ne sont, en réalité, pas produits par les marques qui les commercialisent.<sup>11</sup> Par exemple, la marque H&M®, géante de la mode façon *fast fashion* – avec un chiffre d’affaire d’environ 22,7 milliards d’euros, en 2017<sup>12</sup> et plus de 160 000 employés<sup>13</sup> répartis dans 4 000 magasins<sup>14</sup> au monde – ne compte, à ce jour, aucune entreprise de confection.<sup>15</sup> Les articles vendus sont généralement confectionnés sur commande en Asie, en Afrique ou en Europe de l’Est où on trouve de la main d’œuvre peu chère.<sup>16</sup> Ces articles passent alors dans les mains du *retailer* qui les revendra ensuite aux clients dans ses nombreux magasins. Pour trouver les meilleures combines aux meilleurs prix, les enseignes à la tête de la *fast fashion* peuvent compter sur le jeu de la concurrence. En effet, dans de nombreux pays spécialisés dans la confection de vêtements, les entreprises se disputent les clients potentiels à coup de guerre des prix. Du côté des grandes marques, pas difficile, dès lors, d’obtenir des accords de production intéressants. Le système est vieux comme le monde : il suffit aux multinationales de la mode de se présenter dans une usine en brandissant l’offre faite par l’usine d’à côté afin de la convaincre de baisser ses prix pour emporter le contrat. Afin d’y parvenir, ces usines de confection limitent les dépenses en termes de matières premières mais aussi en termes de confection proprement dite.<sup>17</sup> Tant les matières utilisées que les coupes sont rendues les moins coûteuses possible. Pas étonnant, de ce fait, de se retrouver avec des vêtements de

<sup>11</sup> R. HOOP, « AchACT : Quand les travailleurs se mobilisent ensemble pour un habillement plus juste », *Dossier Oxfam*, n°4, septembre 2017, [en ligne :] [https://www.oxfammagasinsdumonde.be/blog/article\\_dossier\\_achact-quand-les-travailleurs-se-mobilisent-ensemble-pour-un-habillement-plus-juste/](https://www.oxfammagasinsdumonde.be/blog/article_dossier_achact-quand-les-travailleurs-se-mobilisent-ensemble-pour-un-habillement-plus-juste/), consulté le 2 juillet 2018.

<sup>12</sup> « Zara a gagné trois fois plus que H&M en 2017 », *BFM Business*, 14 mars 2018 [en ligne :] <https://bfmbusiness.bfmtv.com/entreprise/zara-a-gagne-trois-fois-plus-que-hm-en-2017-1395249.html>, consulté le 2 juillet 2018.

<sup>13</sup> *Statista*, <https://fr.statista.com>, consulté le 2 juillet 2018.

<sup>14</sup> « Zara a gagné trois fois plus que H&M en 2017 », *op. cit.*

<sup>15</sup> « Travailler chez H&M – Siège – Production », *Career.hm.com*, s. d., [en ligne :] [https://career.hm.com/content/hmcareer/fr\\_fr/workingathm/what-can-you-do-here/corporate/production.html](https://career.hm.com/content/hmcareer/fr_fr/workingathm/what-can-you-do-here/corporate/production.html), consulté le 2 juillet 2018.

<sup>16</sup> C. DELUZARCHE, « Qui fabrique les vêtements européens ? », *Journal du Net*, 2 avril 2012, [en ligne :] <http://www.journaldunet.com/economie/industrie/les-importations-de-textile-de-l-ue.shtml> ; E. WUILBERCQ, « Le made in Ethiopia sur la voie du Bangladesh ? », *Le Monde Afrique*, 12 février 2016, [en ligne :] [https://www.lemonde.fr/afrique/article/2016/02/12/le-made-in-ethiopia-sur-la-voie-du-bangladesh\\_4864513\\_3212.html](https://www.lemonde.fr/afrique/article/2016/02/12/le-made-in-ethiopia-sur-la-voie-du-bangladesh_4864513_3212.html), consultés le 2 juillet 2018.

<sup>17</sup> C. CRABBÉ, *et alii*, *La mode déshabillée : 12 questions sur l’emploi dans la confection textile*, s. l. : Magasins du Monde - Oxfam, 1998.

faible qualité qui se décousent, se trouent et/ou s'abîment après quelques utilisations. D'ailleurs, les vêtements que nous portons aujourd'hui ne sont plus conçus pour durer car, si la mauvaise qualité des vêtements est un problème avéré pour les consommateurs, elle fait l'affaire des marques. En effet, comme pour l'obsolescence programmée de nos appareils électroniques, l'absence de qualité pousse le consommateur à retourner régulièrement faire le plein de nouveaux vêtements.<sup>18</sup> Certains magasins comme Primark® ont même établi leur politique de vente sur ce phénomène. De ce fait, leurs prix sont tellement dérisoires qu'il est difficile de se soucier de la qualité de leurs produits. Quelle importance si mon t-shirt à 1,5 euro tombe en lambeaux au bout de deux ou trois lavages ? D'autant plus que d'ici un mois à peine, de nouvelles collections susceptibles de me plaire seront probablement disponibles...

La *fast fashion* désigne donc une nouvelle manière d'envisager la mode qui touche sa conception, son mode de production et même la façon dont nous la « consommons ». Ce changement de concept est assez récent. Il est apparu notamment après la chute des dernières taxes économiques qui protégeaient les industries textiles locales des industries textiles étrangères, plus avantageuses financièrement. De 1994 jusqu'au milieu des années 2000, le marché du secteur textile s'est progressivement ouvert, permettant aux entreprises de prêt-à-porter de se développer en sous-traitant dans les endroits du monde où la main d'œuvre était meilleur marché.<sup>19</sup> La suite, vous la connaissez : les enseignes emblématiques de la *fast fashion* se sont mises à grandir jusqu'à dépasser les marques de Haute Couture sur le marché de la mode. Grâce à Zara®, H&M® et C<sup>ie</sup>, nous n'avons plus rien à envier aux marques de luxe car leurs collections se retrouvent sur les étagères de nos magasins en quelques semaines à peine et à des prix sans comparaison. Et si cela ne nous coûte presque rien, alors pourquoi se priver ? Oui, mais... si tentante soit-elle pour nos portefeuilles, la *fast fashion* a un coût. Mais alors, qui passe à la caisse ?

<sup>18</sup> A. LINDEN, *An Analysis of the Fast Fashion Industry*, Annandale-on-Hudson : Bard College, « Senior Projects », Fall 2016, [en ligne :] [http://digitalcommons.bard.edu/senproj\\_f2016/30](http://digitalcommons.bard.edu/senproj_f2016/30), consulté le 2 juillet 2018.

<sup>19</sup> B. BOUSSEMART, A. RONCIN, « La mondialisation contre la concurrence dans le textile et l'habillement », *Revue de l'OFCE*, 103, octobre 2007, [en ligne :] <https://www.ofce.sciences-po.fr/pdf/revue/26-103.pdf>, consulté le 2 juillet 2018.

### III. Les *fashion victims*

Quel est le *réel* prix à payer pour se parer d'une garde-robe pleine à craquer ? Regardons-y de plus près...

#### 1. L'environnement

L'environnement est la première victime de la nouvelle industrie de la mode et nous pâtissons toutes et tous des mauvais traitements qui lui sont infligés. Voici un aperçu des dégâts écologiques que cause l'industrie de la *fast fashion*.

Tout d'abord, nous générons toujours plus de déchets textiles car nous portons de moins en moins les vêtements que nous achetons par dizaine. Cette diminution du temps d'utilisation est due, notamment, à la mauvaise qualité des vêtements et à l'offre qui se renouvelle sans cesse.<sup>20</sup> Aux États-Unis, on estime que les vêtements sont portés entre sept et dix fois avant d'être jetés aux oubliettes. Et par oubliettes, on entend bien souvent « poubelle ». En effet, sur l'ensemble des vêtements dont on se débarrasse à l'échelle mondiale, seuls 13 % sont recyclés. Sur ces 13 %, une grande partie des vêtements termine dans des magasins de seconde main en Occident ou en dans les pays du Sud. Le reste sera découpé pour servir de chiffons ou de rembourrage de matelas et enfin, une infime partie sera jugée apte à être traitée pour former de nouvelles matières afin de confectionner des vêtements neufs. Pour les 87 % restants, l'issue est sans appel : c'est la décharge.<sup>21</sup> En Europe, on considère que sur 5 millions de tonnes de vêtements achetés annuellement, 4 millions terminent à la décharge où ils sont enfouis voire incinérés.<sup>22</sup> Outre le problème de gaspillage, ces déchets polluent les sols et l'atmosphère.

<sup>20</sup> A. LINDEN, *op. cit.*

<sup>21</sup> A *New Textiles Economy : Redesigning Fashion's Future*, Cowes (UK) : Ellen MacArthur Foundation, 28 novembre 2017, [en ligne :] <http://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications>, consulté le 2 juillet 2018.

<sup>22</sup> B. DUGUÉ, « Le saviez-vous ? Les Européens jettent 4 millions de tonnes de vêtements par an », *France Inter*, 1<sup>er</sup> février 2018, [en ligne :] <https://www.franceinter.fr/economie/le-saviez-vous-les-europeens-jettent-4-tonnes-de-vetements-par-an>, consulté le 2 juillet 2018.



Teintés et traités, les vêtements libèrent des produits chimiques dans nos sols et prennent des décennies avant de se décomposer. Quant à l'incinération des vêtements, elle génère une quantité importante de CO<sub>2</sub> dans l'air qui vient s'ajouter à une atmosphère déjà bien saturée.<sup>23</sup>

En ce qui concerne les émissions de gaz à effet de serre, le secteur de l'habillement ne s'arrête pas là. Avant d'atterrir dans nos garde-robes, un simple t-shirt en coton peut parcourir environ 40 000 km. Cette distance correspond à un peu plus d'une fois le tour de la terre.<sup>24</sup> C'est dire s'il en a vu du pays, notre t-shirt ! Ce voyage à un coût écologique lourd. Surtout lorsqu'on l'ajoute aux autres quantités de CO<sub>2</sub> nécessaires à sa fabrication, lors de la confection, par exemple. L'industrie de la mode consomme en effet autant de CO<sub>2</sub> que l'ensemble des vols et transports maritimes internationaux. En chiffres, ce sont 1,2 milliard de tonnes de CO<sub>2</sub> qui sont relâchées chaque année pour la production de l'industrie textile. La note est salée ou plutôt carbonée. Si on garde le rythme, en 2050, le secteur de la mode grignotera 26 % du budget carbone envisagé pour ne pas réchauffer le climat de plus de deux degrés.<sup>25</sup> À ce stade, une autre question se pose : presque un tiers du « budget carbone » écoulé dans la production de vêtements, est-ce bien nécessaire ?

Si l'industrie de la *fast fashion* a démontré sa générosité en matière d'émission de gaz à effet de serre, elle est aussi gourmande de matières premières. En effet, annuellement, la production de vêtements est responsable de l'utilisation de 98 millions de tonnes de ressources naturelles non-renouvelables, dont le pétrole. On a tendance à l'oublier mais le secteur textile requiert son utilisation, notamment pour la production des vêtements synthétiques. Sans compter tous les ornements et accessoires en plastique. Si rien ne change d'ici 2050, la consommation annuelle de ressources non-renouvelables triple et avec elle, sa part de responsabilité dans l'augmentation de l'empreinte écologique globale.<sup>26</sup>

Côté produits chimiques, l'industrie de la *fast fashion* n'y va pas non plus de main morte. La culture du coton utilise en effet entre 16 et 25 % de l'ensemble des pesticides utilisés annuellement. Avec presque un quart de la consommation mondiale de pesticide, la culture de coton place le secteur textile juste derrière le secteur alimentaire au classement de l'utilisation de pesti-

<sup>23</sup> A New Textiles Economy : Redesigning Fashion's Future, op. cit.

<sup>24</sup> P. RIVOLI, *Les aventures d'un t-shirt dans l'industrie globalisée*, Paris : Fayard, 2007.

<sup>25</sup> A New Textiles Economy : Redesigning Fashion's Future, op. cit.

<sup>26</sup> *Ibid.*

cides. Ces pesticides sont un problème pour l'environnement car ils terminent dans les sols et contaminent la terre.<sup>27</sup> En ce qui concerne les autres produits chimiques, une quantité conséquente est utilisée pour teindre ou déteindre nos vêtements mais aussi pour les assouplir, pour les rendre plus rigides, etc. Il va sans dire que leur utilisation nuit, elle aussi, aux rivières et aux sols ainsi qu'à la santé de ceux qui sont en contact avec ces produits lors de la phase de production.<sup>28</sup>

Enfin, si on parle de pollution de l'eau, il faut également mentionner le demi-million de tonnes de fibre plastique qui se retrouve annuellement dans nos mers et nos rivières, rien qu'à cause du lavage de nos vêtements synthétiques. Sans parler de la quantité d'eau nécessaire pour la culture et la transformation des matières premières qui sont à la base de l'industrie textile.<sup>29</sup> C'est chaque année l'équivalent de plus d'un lac Léman qui est écoulé au bénéfice de ce secteur uniquement. En sachant que l'eau est une denrée de plus en plus rare dans de nombreux endroits du monde, ces chiffres soulèvent des questions.

Vous l'aurez compris, la liste des dégâts environnementaux liés à la production façon *fast fashion* est longue. Il est évident que l'environnement est plus que contraint de mettre la main au portefeuille quand on parle de *fast fashion*. On peut même dire qu'il se ruine pour notre plaisir... Malheureusement, il n'est pas le seul dans le cas.

## 2. Les petites mains de la grande industrie

Sans grande surprise, les petits prix du prêt-à-porter n'égalent pas les coûts humains de la mode industrielle. Les travailleurs et travailleuses qui se trouvent au début de la chaîne de production sont également des victimes de la *fast fashion*. Penchons-nous plus amplement sur la question.

<sup>27</sup> *La filière du coton : une mondialisation cousue de fil blanc*, Bruxelles : Coopération technique belge, 2011, [en ligne :] [http://www.befair.be/drupal\\_files/public/all-files/brochure/Brochure%20coton-FR-BD.pdf](http://www.befair.be/drupal_files/public/all-files/brochure/Brochure%20coton-FR-BD.pdf), consulté le 2 juillet 2018.

<sup>28</sup> *A New Textiles Economy : Redesigning Fashion's Future*, op cit.

<sup>29</sup> *Ibid.*

### a. Les agriculteurs de coton en première ligne

Dans les pays en voie de développement, la culture du coton donne accès à l'emploi à plus de 7 % de la population. Ce pourcentage a évolué au cours des dernières années et représente, aujourd'hui, une source non négligeable de revenus pour ces pays. La production du coton a d'ailleurs triplé depuis les années 1950.<sup>30</sup> Et pour cause, 80 % des récoltes mondiales terminent dans nos t-shirts, nos pantalons, nos sous-vêtements, etc. Puisque la production de vêtements augmente, pas étonnant que la production de coton augmente elle aussi. Cependant, malgré cette force économique supplémentaire pour les pays en voie de développement, la culture du coton est aussi à l'origine de sérieuses problématiques sociales.<sup>31</sup> Les agriculteurs sont ainsi amenés à produire toujours plus et sont contraints de baisser leurs prix pour pouvoir rester compétitifs face aux plus grandes entreprises. Cela impacte beaucoup leurs conditions de vie et de travail. Pour rester dans la course à la productivité, beaucoup d'agriculteurs ont investis dans le trio OGM, engrais chimiques et pesticides. En Inde par exemple, les cultivateurs se sont vus promettre des récoltes de coton abondantes grâce à l'utilisation de cette Sainte Trinité. L'emploi des semences et de ces produits chimiques coûte cependant beaucoup d'argent. Certains agriculteurs se sont même endettés pour se les procurer. Malheureusement, sur le long terme, les OGM n'ont pas tenu leurs promesses. Progressivement, les récoltes se sont mises à diminuer.<sup>32</sup> Pour se rattraper avec une meilleure saison suivante, les agriculteurs ont racheté des semences, engrais et pesticide. De fil en aiguille, ce remède à la mauvaise récolte est devenu un cercle vicieux et les agriculteurs se sont retrouvés endettés jusqu'au cou. Ne sachant plus comment s'en sortir, certains se donnaient la mort. En Inde, Caritas a recensé le suicide de plus de 5 000 agriculteurs en six ans. Pour en finir, certains agriculteurs ingurgitent leur propre pesticide. Une mort symbolique qui témoigne de la détresse des paysans, victimes d'une demande qui augmente constamment et trop rapidement.<sup>33</sup>

<sup>30</sup> En 1950 on cultivait 6,6 millions de tonnes de coton par an. Aujourd'hui, dans un même laps de temps, on en compte approximativement 21,8.

<sup>31</sup> *La filière du coton : une mondialisation cousue de fil blanc*, op. cit.

<sup>32</sup> J. Bouissou, « Les promesses non tenues du coton OGM en Inde », *Le Monde*, 4 février 2012, [en ligne :] [https://www.lemonde.fr/planete/article/2012/04/26/les-promesses-non-tenues-du-coton-ogm-en-inde\\_1691714\\_3244.html](https://www.lemonde.fr/planete/article/2012/04/26/les-promesses-non-tenues-du-coton-ogm-en-inde_1691714_3244.html), consulté le 2 juillet 2018.

<sup>33</sup> S. T., « Inde : sauver les agriculteurs du suicide », *Cathobel*, 4 juin 2015, [en ligne :] <http://www.cathobel.be/2015/06/04/inde-sauver-les-agriculteurs-du-suicide/>, consulté le 2 juillet 2018.

## b. Le sort des travailleurs dans la confection

Un peu plus loin dans la chaîne de production, les ouvriers et ouvrières de la confection sont, eux et elles aussi, des victimes de la mode. Cette phase de la production vestimentaire a majoritairement lieu en Asie, en Europe de l'Est, en Afrique et en Amérique Latine où on trouve une main d'œuvre à bas prix.<sup>34</sup> Afin de décrocher des partenariats avec les enseignes de la *fast fashion*, les usines du Bangladesh, d'Inde, de Roumanie, d'Éthiopie, etc. sont prêtes à casser leurs prix au maximum. Du coup, les rémunérations des ouvriers sont dérisoires. Le salaire perçu par les ouvrières du textile est si petit qu'il ne leur permet pas de vivre décemment.<sup>35</sup> Le collectif AchACT, a mis en image des chiffres surprenants (cf. figure 1).

Figure 1 . Décomposition du prix d'un T-shirt



\* Y compris tous les coûts de distribution dont le personnel, le loyer, le bénéfice du distributeur, la TVA, etc.

Source : Infographie Collectif Achact

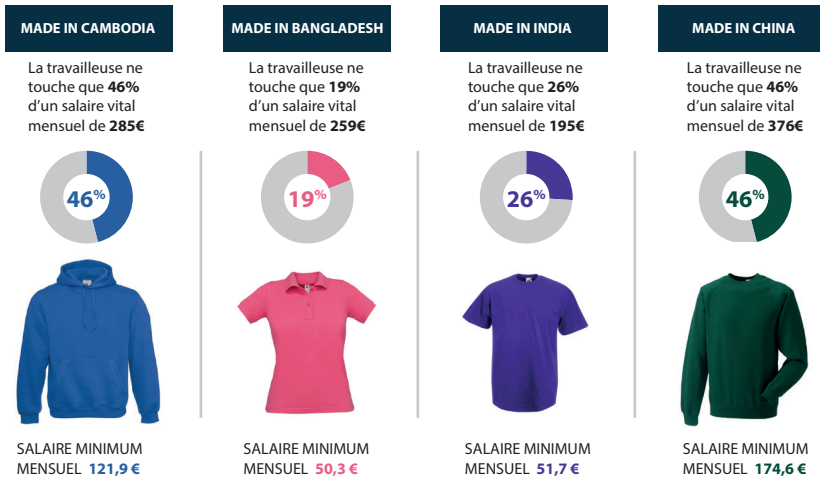
Grâce à cette représentation imagée, on peut se rendre compte que, sur un t-shirt en coton acheté en magasin à 29 euros, seuls dix-huit centimes reviennent à l'ouvrière ou à l'ouvrier qui l'a confectionné. Il lui faudra donc en confectionner une artillerie avant de pouvoir vivre ou survivre, c'est selon.

<sup>34</sup> B. BOUSSEMARY, A. RONCIN, *op. cit.*

<sup>35</sup> CLEAN CLOTHES CAMPAIGN, « Qui fait tourner le monde ? Les filles ! », *Living Wage Now*, automne 2015, [en ligne :] [http://www.achact.be/upload/files/rapports/CCC\\_LWNMagazine\\_FR\\_V3-ilovepdf-compressed.pdf](http://www.achact.be/upload/files/rapports/CCC_LWNMagazine_FR_V3-ilovepdf-compressed.pdf), consulté le 2 juillet 2018.

En Asie, les employés comptabilisent souvent douze heures de travail par jour pour parvenir à joindre les deux bouts. Pourtant, les entreprises se doivent de protéger leurs travailleurs en veillant à ce qu'ils disposent d'un salaire minimum légal. Oui mais voilà, ces salaires sont généralement loin d'être suffisants (cf. figure 2).

**Figure 2 . Salaire minimum mensuel d'un-e ouvrier-ère asiatique**



Source: *Living Wage Now*, actualisé par T. Mignon

Dans certains pays comme le Bangladesh, le salaire minimum des employés leur permet difficilement d'atteindre 20 % d'un salaire minimum vital.<sup>36</sup> Au Cambodge, il n'y a pas si longtemps encore, le salaire des employés du secteur textile tournait aux alentours de 70 euros par mois. Ce n'est qu'à coup de négociations, de pressions et de grèves que les travailleurs, accompagnés par les syndicats et des associations internationales, ont obtenu l'assurance d'un salaire mensuel minimum de 120 euros. Cette victoire pour les employés fût le résultat d'un long, très long processus.<sup>37</sup> La rémunération des travailleurs semble, ironiquement, un des seuls aspects pour lesquels l'univers de la mode souhaite prendre son temps.

<sup>36</sup> Selon le collectif français Éthique sur l'étiquette, le salaire minimum vital c'est « de venir aux besoins de base du travailleur et des personnes vivant directement de ses revenus : logement, énergie, nourriture, habillement, santé, éducation, eau potable, soins aux enfants, transports, épargne ».

<sup>37</sup> CLEAN CLOTHES CAMPAIGN, *op. cit.*

En plus des conditions salariales difficiles, les employés de ces usines ont affaire à des milieux de travail qui mettent leur propre sécurité en danger. Rappelons-nous du drame du Rana Plaza en 2013 au Bangladesh. Ce jour-là, 1 100 ouvriers de la confection ont perdu la vie dans l'effondrement d'un building industriel de neuf étages dont l'accès avait pourtant été jugé dangereux par des experts. Les travailleurs qui avaient eux-mêmes rapporté la présence de fissures dans les murs avaient été forcé d'aller travailler ce matin-là, sous peine de perdre leur emploi. Bien que marquant au vu du nombre de victimes, cet événement n'est, malheureusement, pas un fait isolé. Le non-respect des règles de sécurité est monnaie courante dans le secteur textile et il est bien souvent meurtrier. Dans ce genre de situation, les enseignes de marque qui font appel aux usines se dédouanent de toutes leurs responsabilités. Les syndicats ainsi que les associations qui défendent les droits des travailleurs sont rarement du même avis.<sup>38</sup> La responsabilité des employés de mes employés est-elle ma responsabilité ? Telle est la question... La sombre histoire du Rana Plaza a contraint les grandes marques à prendre leurs responsabilités en s'assurant des conditions de travail dans les usines avec lesquelles elles traitent. Il en allait de leur image de marque. Malheureusement, ces contrôles ne sont pas toujours faciles et les accidents restent fréquents. La preuve, en avril 2017, treize Bangladeshis perdaient la vie dans l'explosion d'une usine textile.<sup>39</sup>

Vous l'aurez compris, les victimes humaines de l'industrie textile sont nombreuses. À l'heure actuelle, les ouvriers sont encore trop souvent contraints de payer de leur sueur et de leur sang le prix de vêtements bon marché. Pire, on leur fait les poches. Pour fournir des vêtements à bas prix, les droits les plus fondamentaux de ces personnes qui s'affairent à les réaliser sont reniés.

Un environnement en danger et des travailleurs aux droits fondamentaux menacés, voilà donc qui se cache derrière l'industrie du prêt-à-porter. Heureusement, grâce à une prise de conscience progressive des enjeux de la *fast fashion*, des alternatives au mode de consommation actuel se mettent progressivement en place. Pour qu'elle reste un plaisir, la mode a été repensée de façon plus durable.

<sup>38</sup> *Tirez le fil. Nécessaire transparence de la chaîne d'approvisionnement dans l'industrie de l'habillement et de la chaussure*, s. l. : AchACT, 2017, [en ligne :] [http://www.achact.be/upload/files/transparence/Report\\_FR\\_low%20res\\_FOR%20WEB.pdf](http://www.achact.be/upload/files/transparence/Report_FR_low%20res_FOR%20WEB.pdf).

<sup>39</sup> « Explosion dans une usine textile au Bengladesh : 13 morts », *Le Soir*, 4 juillet 2018, [en ligne :] <http://www.lesoir.be/103030/article/2017-07-04/explosion-dans-une-usine-textile-au-bangladesh-13-morts>, consulté en ligne le 2 juillet 2018.

## IV. La *slow fashion* ou comment repenser la mode

Il y a quelques années, en réponse à la *fast fashion*, le concept de *slow fashion* a vu le jour dans la lignée du *slow movement*. Comme les autres branches de ce mouvement, la *slow fashion* se positionne comme une alternative aux modes de production et de consommation devenus traditionnels. Une fois de plus, le concept est simple. L'idée, c'est de pouvoir retrouver le plaisir de la mode avec des vêtements de bonne qualité, faits dans le respect de l'environnement et de celui des personnes qui les produisent. La *slow fashion*, c'est un accès à la mode, mais de façon plus durable.<sup>40</sup> Pour y parvenir, il ne faut pas nécessairement troquer sa garde-robe de prêt-à-porter pour de nouveaux vêtements issus de magasins éthiques. Non, la *slow fashion*, c'est avant tout l'idée de se reconnecter avec ses affaires et de prendre conscience de ses achats. Le premier pas dans cette direction, c'est simplement commencer par s'informer sur l'origine de ses vêtements. Dans un monde où la production est fragmentée, on ne sait plus rien de la provenance réelle de nos vêtements. Il est important de savoir par qui et comment ont été fabriqués nos habits. Ensuite, la *slow fashion*, c'est aussi réapprendre à prendre soin de ses affaires pour pouvoir les garder plus longtemps. C'est également prendre le temps de se poser la question « en ai-je vraiment envie ? » ou (plus) fondamentalement « en ai-je vraiment besoin ? ». Ces simples questions à se poser au détour des rayons de nos magasins préférés peuvent déjà faire la différence car réduire sa consommation, c'est aussi ça la *slow fashion*. En achetant moins, on peut acheter mieux et ainsi privilégier la qualité et donc la durabilité de nos vêtements. Et puis la *slow fashion*, c'est aussi se diriger vers des alternatives à la consommation habituelle. Cela peut se faire en réparant ses vêtements abîmés au lieu de les jeter ou encore en allant faire un tour dans les magasins de seconde main pour ne pas acheter neuf. Des alternatives, il y en a beaucoup. Par exemple, des systèmes de location de vêtements ont fleuri dans les grandes villes. Plutôt que d'acheter une robe qui dormira dans votre placard 364 jours par an, la location permet une approche plus durable et plus économique ! Enfin, pratiquer la *slow fashion*, c'est aussi se rediriger progressivement vers des marques qui produisent leurs vêtements de façon éthique, favorisent des économies cir-

<sup>40</sup> H. PHELAN, « What is Slow Fashion ? We explain », *The New York Times*, 11 octobre 2017, [en ligne :] <https://www.nytimes.com/2017/10/11/fashion/what-is-slow-fashion.html>, consulté le 2 juillet 2018.

culaires et rémunèrent équitablement les travailleurs aux différentes étapes de la chaîne de production. Mis bout à bout, ces petits gestes du quotidien favorisent la transition du *fast* au *slow*.

---

## Conclusion

Au travers de cette analyse, nous avons pu constater que ce qui se cache derrière les petits prix de ces articles qui dorment par dizaines dans nos armoires n'est pas réellement cousu de fil blanc. Les gardes robes qui gonflent et les prix qui diminuent sont le résultat d'une politique qui privilégie le couple « quantité et rentabilité » au duo « qualité et éthique ». Vendre et prospérer, c'est tout ce qui compte. L'environnement et les questions sociales passent au second plan. Heureusement, de plus en plus conscients de ce phénomène, les clients se tournent progressivement vers des alternatives, favorisant le développement du concept de *slow fashion* où la qualité, l'environnement et l'éthique sont au cœur de la production.

À l'heure où beaucoup disent que le pouvoir économique dirige le monde, il est légitime de se demander si une façon de se faire entendre, ce n'est pas, entre autres, de se réapproprier sa consommation. J'achète donc je suis ? Une réflexion qui prend tout son sens lorsqu'on repense aux liens étroits entre habillement et identité. Si notre style vestimentaire en dit long sur qui nous sommes, alors peut-être est-il temps qu'il soit en adéquation avec nos valeurs. D'ailleurs « le style », ce n'est pas « la mode » car avoir du style, c'est avoir une marque de fabrique, un fil conducteur. C'est précisément ce qui fait que cette tenue, cet assemblage de vêtements, « c'est typiquement vous ». Et pour ça, pas besoin de renouveler sa garde-robe tous les deux mois. Là où la mode est éphémère, le style est durable. À nous de le rechercher et, grâce à des petits gestes simples, ralentir le concept de *fast fashion*.

\* \*

Clémentine TASIAUX, titulaire d'un diplôme en Sciences de la population et du développement et formatrice en citoyenneté au CPCP.



---

## Pour aller plus loin...

- *A New Textiles Economy : Redesigning Fashion's Future*, Cowes (UK) : Ellen MacArthur Foundation, 28 novembre 2017, [en ligne :] <http://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications>.
- BOUSSEMART ., RONCIN A., « La mondialisation contre la concurrence dans le textile et l'habillement », *Revue de l'OFCE*, 103, octobre 2007, [en ligne :] <https://www.ofce.sciences-po.fr/pdf/revue/26-103.pdf>.
- CLEAN CLOTHES CAMPAIGN, « Qui fait tourner le monde ? Les filles ! », *Living Wage Now*, automne 2015, [en ligne :] [http://www.achact.be/upload/files/rapports/CCC\\_LWNMagazine\\_FR\\_V3-ilovepdf-compressed.pdf](http://www.achact.be/upload/files/rapports/CCC_LWNMagazine_FR_V3-ilovepdf-compressed.pdf).
- CRABBÉ C., *et alii*, *La mode déshabillée : 12 questions sur l'emploi dans la confection textile*, s. l. : Magasins du Monde - Oxfam, 1998.
- GARNER-MOYER H., « Le poids de l'apparence physique dans la décision d'embauche », *Le Journal des Psychologues*, 257, 2008/4, p. 53-57.
- GENTRY J., GUPTA S., GWOZDZ W., STEENSEN WIELSEN K., *The relationship between fashion and style orientation and well being*, Copenhagen : Copenhagen Business School, « Mistra Future Fashion Report », mai 2017, [en ligne :] <http://mistrafuturefashion.com/wp-content/uploads/2017/11/D3.1.1.2-Style-versus-fashion-and-wellbeing.pdf>.
- HECQUET C., STOMMEN C., « La filière des vêtements de seconde main », *Oxfam*, 10 janvier 2008, [en ligne :] <https://www.oxfammagasinsdumonde.be/blog/2008/01/10/la-filiere-des-vetements-de-seconde-main/#.W0kPyxlzZE4>.
- *La filière du coton : une mondialisation cousue de fil blanc*, Bruxelles : Coopération technique belge, 2011, [en ligne :] [http://www.befair.be/drupal\\_files/public/all-files/brochure/Brochure%20coton-FR-BD.pdf](http://www.befair.be/drupal_files/public/all-files/brochure/Brochure%20coton-FR-BD.pdf).
- LINDEN A., *An Analysis of the Fast Fashion Industry*, Annandale-on-Hudson : Bard College, « Senior Projects », Fall 2016, [en ligne :] [http://digitalcommons.bard.edu/senproj\\_f2016/30](http://digitalcommons.bard.edu/senproj_f2016/30).

- RIVOLI P., *Les aventures d'un t-shirt dans l'industrie globalisée*, Paris : Fayard, 2007.
- *Tirez le fil. Nécessaire transparence de la chaîne d'approvisionnement dans l'industrie de l'habillement et de la chaussure*, s. l. : AchACT, 2017, [en ligne :] [http://www.achact.be/upload/files/transparence/Report\\_FR\\_low%20res\\_FOR%20WEB.pdf](http://www.achact.be/upload/files/transparence/Report_FR_low%20res_FOR%20WEB.pdf).

TASIAUX Clémentine, *Oh sweet-shirts. Les dessous de l'industrie de la fast fashion*, Bruxelles : CPCP, « Analyses », 2018, [en ligne :] <http://www.cpcp.be/etudes-et-prospectives/collection-au-quotidien/sweet-shirts>.

DÉSIREUX D'EN SAVOIR PLUS !

Animation, conférence, table ronde... n'hésitez pas à nous contacter,  
Nous sommes à votre service pour organiser des activités sur cette thématique.

**[www.cpcp.be](http://www.cpcp.be)**



Avec le soutien du Ministère de la Fédération Wallonie-Bruxelles

À une époque où l'apparence et l'identité sont intimement liées, il n'est pas étonnant de voir la mode gagner en importance dans nos vies ainsi que sur le marché. Les chiffres parlent d'eux-mêmes : en moins de dix ans, la quantité de vêtements que nous achetons a pratiquement doublé. Vendues à des prix de plus en plus abordables, il est difficile de résister aux nombreuses collections de nos magasins préférés. Résultat des comptes, nos garde-robes débordent et les géants du textile tournent à plein régime. Le secret d'un tel succès ? Des vêtements toujours plus diversifiés et à prix réduit. Mais que se cache-t-il à l'arrière de ces étiquettes aux prix alléchants ? Cette analyse a pour but de vous emmener dans les dessous de l'industrie textile.

## Centre Permanent pour la Citoyenneté et la Participation

Rue des Deux Églises, 45 – 1000 Bruxelles

02 238 01 00 – [info@cpcp.be](mailto:info@cpcp.be)

[www.cpcp.be](http://www.cpcp.be)



Chaque jour, des nouvelles du front !

[www.facebook.com/CPCPasbl](https://www.facebook.com/CPCPasbl)

Toutes nos publications sont disponibles  
en téléchargement libre :

[www.cpcp.be/etudes-et-prospectives](http://www.cpcp.be/etudes-et-prospectives)