

# Éléments de langages

Tribune « Nous, marques textiles, demandons à être plus régulées » parue dans Le Monde le 7/07/21

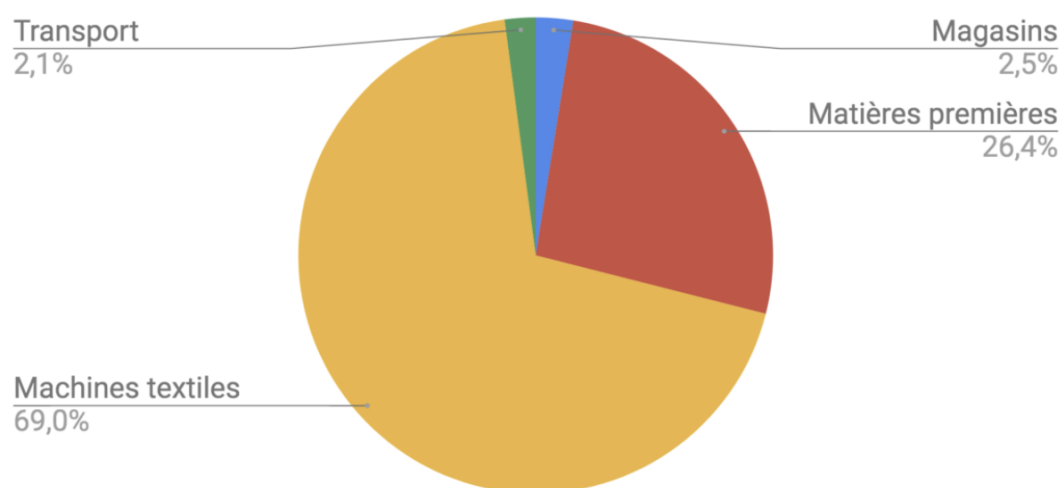
## D'où vient l'idée de cette tribune ?

En tant que marques textiles, nous faisons le constat suivant : peu importe les efforts que nous fournissons pour faire bien, cela ne change rien au problème global : les émissions de gaz à effet de serre du textile continuent à augmenter chaque année.

Or pour que notre secteur fasse la part dans les accord de Paris, afin que le réchauffement climatique ne dépasse pas les 1,5 degré, il faut que les émissions de GES du textile soient divisées par 3 d'ici à 2050.

On pourrait penser que le textile est déjà sur la bonne voie, car en 2019, les plus grandes entreprises de la mode prenaient l'engagement, dans le cadre du Fashion Pact, de réduire les émissions. Cependant, quand on se penche sur les mesures proposées, on se rend compte du manque de sérieux de celles-ci. Globalement, les mesures consistent à réduire les GES des bureaux et des magasins des marques (mais pas des usines) ou de remplacer l'usage de matières classiques par des équivalents (écoresponsables).

Or, le gros des GES du textile, ne vient ni de l'éclairage des bureaux et magasins (moins de 3%), ni des matières premières (moins de 30%), ni même du transport (moins de 3%) mais de la phase industrielle (filature, tissage, teinture, ennoblissement) comme l'indiquent plusieurs rapports ([Quantis](#), [MacKinsey](#) et [Cycleco](#)).



*Répartition des émissions d'un vêtement tout au long de son cycle de vie (hors usage et fin de vie), en croisant les études [Quantis](#) et [McKinsey](#).*

Pourquoi ? Car ces étapes industrielles sont bien souvent réalisées en Asie, où l'électricité est fournie par des centrales à charbon et au gaz, donc particulièrement émettrice de CO2.

Bref, actuellement rien n'est mis en place pour que l'industrie textile atteigne les objectifs de l'accord de Paris.

Pire encore : les marques qui s'efforcent de faire bien sont désavantagées, perdent en compétitivité. Il y a une prime au vice, un avantage compétitif à faire mal. Face à ce constat, nous marques textiles, nous sommes rassemblées en une coalition pour faire un contre-lobbying, un lobbying vertueux, dont le but n'est pas la défense de nos intérêts mais de lutter contre le réchauffement climatique..

Nous marques textiles, quand nous constatons l'impact grandissant de l'industrie textile et l'absence de mesure sérieuse pour le diminuer, n'avons d'autre choix que d'agir en demandant une régulation : la situation est trop grave et urgente, ce n'est plus suffisant pour nous de produire bien, il faut que cela soit impossible de produire mal.

Et tout cela arrive dans un contexte où l'état est condamné à plusieurs reprises pour son inaction face à la crise climatique

### **Pourquoi augmenter l'éco-contribution ?**

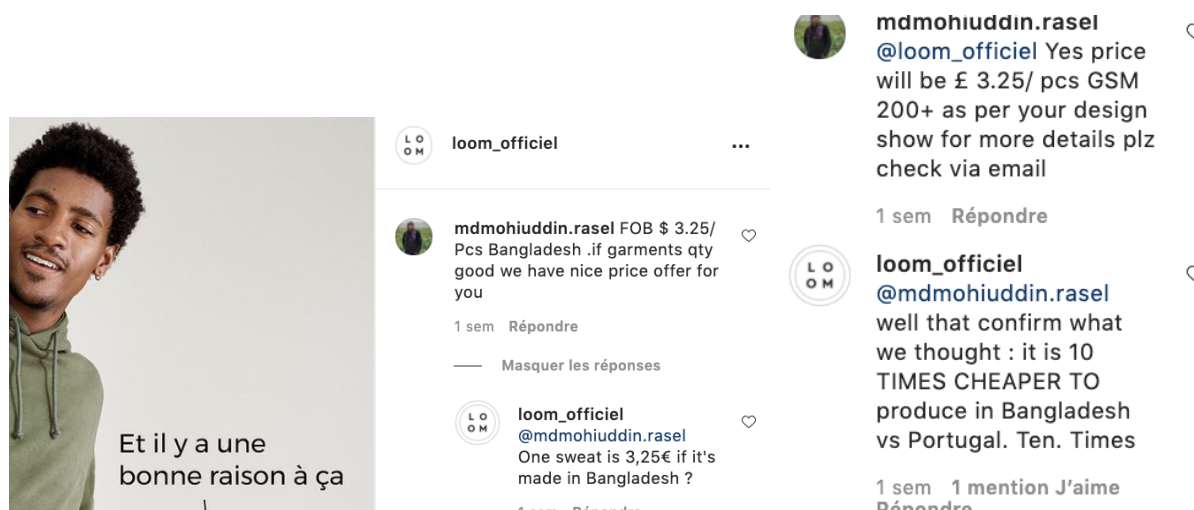
Augmenter l'éco-contribution permettrait qu'elle soit vraiment dissuasive, qu'elle puisse orienter les entreprises dans leurs choix et les motiver à faire mieux. Aujourd'hui, elle est de 6 centimes maximum pour les grosses pièces, c'est donc complètement indolore pour les marques et inefficace.

### **Est ce que c'est réaliste de viser 5€ par vêtement ?**

5 euros, c'est pour les pires pratiques et les plus grosses pièces. C'est un maximum, et ce qu'on espère, c'est que cela soit suffisamment dissuasif pour n'être jamais appliqué. Maintenant est-ce que c'est réaliste ?

Et de toute manière, si on le met en regard des coûts de la délocalisation, 5€, ce n'est pas beaucoup.

Voilà un exemple : un sweat fabriqué au Portugal coûte environ 30€ à la production? Exactement le même, fabriqué au Bangladesh, coûte 3€, 10 fois moins cher. Même avec 5€ d'éco-taxe, ce sweat coûterait 8€, toujours beaucoup moins cher qu'au Portugal.



*Cf. screenshot d'une conversation sur l'Instagram de Loom*

### En quoi ça favorise la production en France ?

Avoir une éco-taxe indexée sur le poids carbone des vêtements favorise la relocalisation. Comme on l'a vu, l'impact carbone des vêtements est surtout liée à la phase industrielle, réalisée en Asie, où l'électricité est très carbonée (gaz et charbon). Au contraire, en France en particulier, et en Europe en général, l'énergie est plus décarbonée (dans la région de Porto par exemple, 80% de l'électricité vient des barrages et des éoliennes) Pénaliser les GES d'un vêtement favorise donc sa production en Europe.

### Est-ce que votre initiative est vouée à rassembler uniquement des “petites” marques ?

Non, au contraire, on appelle les plus grosses marques à nous rejoindre. A chaque fois qu'on leur parle, elles disent qu'elles sont d'accord avec nous mais ne peuvent pas changer si toutes les autres ne font pas la même chose.

Et c'est normal quand on y pense : si une grosse entreprise choisit de relocaliser, ça va lui coûter 10 fois plus cher pour le même produit. Elle va donc perdre en compétitivité, et se faire prendre des parts de marché par celles qui continuent de produire en Asie.

C'est une **prime au vice** : plus vous produisez dans des pays où c'est autorisé de polluer, où les droits humains sont bafoués, où on émet des GES, moins ça va vous coûter cher, donc plus vous êtes compétitif.

Tant qu'il n'y aura pas de règles qui diminuent cette prime au vice, cet avantage compétitif à mal faire, il est impossible pour ces grosses entreprises de faire le premier pas sans se désavantager. Elles ont donc tout intérêt à nous rejoindre.

Ce que nous demandons, c'est que la loi oblige les entreprises de l'habillement, les nôtres y compris, à payer réellement les coûts environnementaux qu'elles génèrent. C'est le seul moyen de supprimer enfin la prime au vice. Nous sommes pour une concurrence non-faussée et vertueuse.

## **L'avenir est-il décroissant ?**

L'avenir doit être plus frugal, c'est-à-dire qu'on doit faire un meilleur usage des ressources.

Quant au textile, oui, il faut qu'on produise 3 fois moins de vêtements d'ici à 2030. Mais ce n'est pas triste pour autant, car ce qu'on continue de produire, on doit le faire dans des pays mieux disant écologiquement et socialement : ça tombe bien c'est le cas de l'Europe en général et de la France en particulier

Produire moins produire mieux, ce n'est pas construire un monde un peu triste, où on se prive d'acheter, où des entreprises vont disparaître, où on sera tous habillés pareil en noir, en bleu et en gris.

Au contraire. Aujourd'hui, on ignore dans quelles conditions sont fabriqués nos vêtements et on se révolte des nombreux scandales de l'industrie textile, depuis les Ouighours jusqu'au Rana Plaza. Demain, on pourrait recréer des centaines de milliers d'emplois dignes dans nos régions et savoir d'où viennent nos vêtements.

La sobriété peut-être une fête. Et de toute manière nous n'avons pas le choix, si nous voulons échapper à un désastre environnemental, cf. les dernières actualités au Canada.

## **Concrètement, comment faire pour pénaliser les incitations à la consommation ?**

On pourrait procéder de la manière suivante :

- effet nouveauté : application d'un malus en fonction du nombre de nouvelles références (modèle/couleur) mises sur le marché annuellement ou de la durée de vie d'une référence. Ce malus fonctionnerait avec effet de seuil, avec une augmentation au-dessus d'un certain nombre de références mises en marché ;
- effet promotion : application d'un malus en fonction de la décote moyenne à laquelle sont vendus les vêtements. Ce malus fonctionnerait avec effet de seuil, avec augmentation au-dessus d'une certaine valeur de décote moyenne.
- du greenwashing : application d'un malus en fonction de la véracité des arguments employés par les marques lors de la communication (à juger par une autorité indépendante)

**C'est un truc de riche d'augmenter le prix des vêtements. Cela va créer une nouvelle vague de gilets jaunes !**

Ça ne va pas changer le budget des Français : on va juste acheter moins de vêtements et les garder plus longtemps. Au lieu de racheter des vêtements neufs, on les fera réparer.

Finalement, c'est de la sagesse populaire. Les anciens disent parfois "je n'ai pas les moyens d'acheter des vêtements bon marché".

Avec l'augmentation de cette éco-contribution, on souhaite créer un fonds de solidarité Textile : afin de compenser la perte de pouvoir d'achat que peut représenter l'augmentation des éco-contributions, un fonds de solidarité Textile, alimenté par les éco-contributions, pourrait être dédié aux foyers les moins aisés, afin de permettre qu'un "chèque textile" correspondant à cette perte de pouvoir d'achat puisse leur être remis chaque année. Ce chèque pourrait être utilisable non seulement sur les achats (neuf et seconde main), mais également pour les réparations.

Enfin, si vraiment on s'intéresse aux conditions de vie des personnes les plus démunies, c'est d'abord le réchauffement climatique qu'il faut combattre : que ce soit au niveau mondial, national ou local, toutes les études montrent que ce sont les pauvres qui subiront et subissent déjà le plus durement ce dérèglement climatique. Quand il fait 50 degré en ville, les riches ont la clim', les pauvres risquent leur vie.

### **Ça va créer du chômage de produire moins de vêtements, des boutiques vont fermer !**

Au contraire. Ce qui a créé du chômage, ce sont les délocalisations. Depuis les années 80, on a certes créé 50 000 emplois en boutiques mais on en a détruit 300 000 dans l'industrie (chiffres de l'Insee). Relocaliser pourrait créer 6 fois plus d'emplois que ça n'en détruirait.

Un exemple frappant c'est la ville de Clamart : 40% des pulls vendus en France étaient fabriqués à 20km de Paris au début des années 80. Aujourd'hui, c'est moins de 1%.

Et si vraiment on s'inquiète de la destruction des emplois dans les boutiques, c'est plus du côté d'Amazon qu'il faut regarder. Voir pour cela les chiffres et propositions des Amis de la Terre (contacter Alma Dufour, si besoin) : *"L'expansion du e-commerce détruit 2 à 4 fois plus d'emplois qu'elle n'en crée. Aux États-Unis, l'e-commerce aura détruit 1 million d'emplois en solde net en 2025. L'e-commerce a provoqué la destruction de 675 000 emplois nets aux États-Unis et 81 000 emplois en solde net en France entre 2009 et 2018. Les faillites de Conforama, la Halle, André, Naf Naf, Conforama, Camaïeu et Célio menaçaient plus de 26 000 emplois en 2019. 3872 emplois ont été supprimés suite aux fermetures dans les grandes enseignes textiles en 2020, 1 737 CDI ont été créés chez Amazon la même année. Plus du double d'emplois ont donc été supprimés, rien que dans l'habillement. En 2021 Gap, Zara, H&M, Printemps annoncent également des fermetures magasins en France. Il faut ajouter que les emplois maintenus dans les enseignes en difficulté, suite aux reprises, sont en très grand danger dans les prochaines années."*

### **Et l'économie ? Les marques françaises vont mourir !**

Les grandes marques françaises (Camaïeu, la Halle, Tati, Kiabi, Gemo) font plan social sur plan social, alors que Primark, Zara et H&M, Wish ou Amazon vont très bien. Si les marques françaises continuent à jouer le jeu des géants de la fast fashion, elles vont perdre. Elles doivent changer et relocaliser la production.

**Il n'y a pas plutôt des solutions technologiques qui nous permettent de produire autant et émettre moins de GES ?**

Cela fait 30 ans qu'on dit qu'on développe des énergies renouvelables, mais la part des énergies fossiles dans le mix énergétique électrique mondial n'a pas bougé : 80% (source Our World in Data). Il y a aujourd'hui un consensus scientifique que notre seule issue est la frugalité : le dernier rapport du GIEC appelle à un changement radical de nos modes de vie et consommation.

Et même si on arrivait à améliorer l'efficacité énergétique de nos machines, dans l'histoire, l'amélioration de l'efficacité énergétique n'a presque JAMAIS permis de diminuer la consommation d'énergie comme prévu. Parfois, elle l'a même augmentée. C'est ce qu'on appelle l'effet rebond : améliorer les rendements des machines fait baisser les prix des produits et incite les gens à en acheter plus. Cet effet est présent, partout, tout le temps (et pourtant les politiques environnementales l'oublie presque toujours).

Quelques exemples historiques d'effets rebond :

- Dans les transports : on a amélioré l'efficacité des moteurs, donc on paye moins cher au kilomètre parcouru, donc on voyage plus souvent. Résultat : la consommation globale de pétrole par personne ne cesse d'augmenter.
- Dans le numérique : on a baissé le coût de stockage des données et le prix des terminaux, et le numérique consomme aujourd'hui presque 10% de l'électricité mondiale.
- Dans l'industrie textile elle-même : si on s'achète autant de fringues aujourd'hui, c'est d'abord parce que des milliers de machines ont permis de remplacer le travail manuel et donc de drastiquement baisser le prix des vêtements.

### **Vous êtes minus !**

On est petits mais nombreux. Et on appelle les grosses marques à nous rejoindre.

### **Alors vous êtes pro-nucléaire?**

Nous n'avons pas de position à ce sujet. Le nucléaire n'émet pas de carbone mais pose d'autres problèmes. Et le nucléaire n'est pas la seule énergie décarbonée, cf. les mix énergétiques :

- France : nucléaire 72%, hydroélectrique 10%
- Portugal, région de braga : énergie à 80% décarbonée, grâce aux éoliennes et à l'hydraulique