



# Des entreprises du textile prêtes à payer plus pour l'environnement

Des marques de mode éthique appellent les pouvoirs publics à réguler davantage leur secteur pour inciter les entreprises du textile à être plus vertueuses. En ligne de mire, les géants du textile qui génèrent une forte pollution et cassent les prix.

Juliette Guérit,

Le 08/07/2021 à 08:24



Des travailleurs à l'usine textile K.P.Textil à San Miguel Petapa, à 20 km au sud de Guatemala City, le 10 juillet 2020 (photo d'illustration).

En finir avec un système qui profite à ceux qui polluent le plus. Dans une tribune publiée par le journal *Le Monde*, mercredi 7 juillet, plus de 150 jeunes entreprises de l'habillement, qui se revendiquent « éthiques » plaident pour un renforcement de la réglementation de leur secteur.

« *Nous demandons, nous, les marques textiles, que la loi oblige les entreprises de l'habillement, les nôtres y compris, à payer réellement les coûts environnementaux qu'elles génèrent* », écrivent-elles. Leur objectif : favoriser les pratiques plus vertueuses et la relocalisation de l'industrie en France et en Europe.

« *Il y a aujourd'hui un avantage économique à produire de manière irresponsable* », dénoncent les marques signataires. « *Plus vous produisez dans un pays où les salariés sont exploités, où vous pouvez relâcher des déchets toxiques dans l'eau et où l'énergie est fortement émettrice en gaz à effet de serre, moins ça vous coûte cher de produire. Vous avez un avantage compétitif. C'est une prime au vice* », explique Julia Faure, fondatrice de la marque Loom, qui est à l'initiative de cette tribune.

### **Augmenter l'écocontribution**

La marque de jean 100 % français 1083 ou la boutique en ligne WeDressFair figurent parmi les signataires. Ils demandent notamment l'augmentation de l'écocontribution, payée par les industriels en fonction de leur impact environnemental, à hauteur de 5 € par vêtement pour les entreprises les moins vertueuses contre 6 centimes aujourd'hui.

Ils recommandent également de pénaliser les entreprises qui incitent fortement à la consommation par « *le renouvellement rapide des collections, les promotions systématiques ou le greenwashing.* »

L'industrie du textile est l'une des plus polluantes. Elle émet 1,2 milliard de tonnes de CO<sub>2</sub> par an, soit 2 % des émissions globales de gaz à effet de serre. « *En 2050, le secteur textile émettrait même 26 % des émissions globales de gaz à effet de serre si les tendances actuelles de consommation se poursuivent* », prévient un rapport de l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (Ademe).

Principale cause de cette pollution, l'implantation de la majeure partie des usines dans des pays où l'énergie provient du gaz ou du charbon. Aujourd'hui, 96 % des vêtements et linge de maison vendus en France sont importés.

### **La fin de la *fast fashion* ?**

Face aux dégâts causés par la *fast fashion* (« mode jetable »), de plus en plus d'entreprises se sont lancés dans la *slow fashion* (« mode durable »). Plus respectueuses de l'environnement et des travailleurs, elles favorisent la fabrication française ou européenne, les matières écologiques, des collections moins nombreuses et pratiquent parfois la production de vêtement sur commande.

→ ANALYSE. Soldes et surconsommation : la lente mue écologique de la mode

Selon le bureau d'études Cycleco, un vêtement ou accessoire fabriqué en France est deux fois moins émetteur en carbone qu'un même produit fabriqué en Chine. Mais, il coûte aussi beaucoup plus cher à fabriquer. « *Produire une paire de baskets en France nous coûte 50 % plus cher qu'au Portugal et dix fois plus qu'en Chine* », illustre Jennifer Maumont, cofondatrice de la marque Jules & Jenn et signataire de la tribune. « *On sait bien que les grandes marques ne vont pas arrêter de produire en Asie. Notre objectif est d'abord de les pousser à faire mieux et limiter les petits prix et les promotions* », insiste-t-elle.

## « Consommer moins mais mieux »

Impossible pour les marques de mode éthique de concurrencer les géants du secteur dans la course aux prix bas mais leurs arguments se trouvent ailleurs. Et, ils font mouche auprès des consommateurs.

Pour Gilles Müller, un spécialiste du secteur et membre du réseau de l'innovation immatérielle pour l'industrie (R3ilab) : « *Les Français sont conscients des enjeux environnementaux. Ils veulent consommer moins mais mieux, d'autant plus après la période qu'on vient de traverser. On peut faire le parallèle avec l'alimentation bio, nous y sommes tous plus ou moins passés, ça sera pareil avec la mode...* »