

TEXTILE

POUR EN DÉCOUDRE AVEC LA SURPRODUCTION

DOSSIER DE PRESSE



Sommaire

- 3 — Introduction
- 4 — La surproduction comme moteur de l'industrie textile
- 6 — Une industrie qui repose sur le moins-disant social et environnemental
- 7 — Des réponses politiques qui demeurent largement insuffisantes
- 9 — Un encadrement nécessaire
- 11 — Pour une production textile relocalisée
- 12 — Synthèse et recommandations
- 13 — Notes

CONTACT PRESSE

Pierre Condamine

Chargé de campagne surproduction

+33 (0) 7 57 18 79 62

pierre.condamine@amisdelaterre.org



© Martin Bernetti / AFP

Introduction

Avec des niveaux de production déconnectés des réels besoins vestimentaires des populations, l'industrie textile est devenue le véritable avatar d'un système de surproduction généralisé. Cette surproduction est dictée par les enseignes elles-mêmes pour surpasser leurs concurrents, en proposant de plus en plus de choix de modèles de vêtements. **Depuis 20 ans, en France, les quantités de vêtements mises en marché ont doublé pour atteindre 42 vêtements par habitant·e chaque année.**

À la démesure des volumes de production, s'ajoutent les impacts grandissants de l'industrie sur les droits humains, le climat et l'environnement. Travailleur·ses exploité·es à l'autre bout du monde, émissions de gaz à effet de serre et pollution des sols et des eaux sont les marques bien visibles d'une industrie totalement dérégulée, dont les impacts sont concentrés dans les pays du Sud.

Un climat délétère pour les enseignes elles-mêmes, menacées par la concurrence qu'elles se livrent. Cette course aux prix les plus bas, associée à une augmentation de la production, les mènent vers la rupture, en témoignent les plans sociaux et faillites qui s'accumulent dans le secteur.

Face à cette fuite en avant, nos dirigeants manquent leur cible en misant seulement sur l'économie circulaire, sans questionner les quantités mises en marché. Si le recyclage et le réemploi sont utiles, à eux seuls, ils sont devenus la caution *greenwashing* d'une industrie cherchant à maintenir ses niveaux de production. Aujourd'hui, **seulement 1 % du textile peut être réellement recyclé¹** et bien que les capacités de réemploi et réparation augmentent, elles demeurent dérisoires face à la quantité de vêtements mis en marché.

Afin de répondre aux enjeux humains et environnementaux posés par l'industrie textile, ce sont des **mesures d'encadrement et de limitation de la production** qui doivent être prises. En parallèle, il faut inciter à la relocalisation d'une industrie historique en France. Cette note pose le constat d'un secteur textile nocif face auquel **deux réponses doivent être mises en place : la relocalisation et la réduction de la production.**

La surproduction comme moteur de l'industrie textile

Chaque année, **2,88 milliards de vêtements** sont mis en marché en France², soit 42 vêtements par habitant·e, contre 21 au début des années 2000.

Un chiffre colossal et en constante augmentation, alors que le chiffre d'affaires du secteur chute, que les enseignes ferment leurs magasins et suppriment des emplois. Le secteur textile n'a jamais vendu autant de produits, et pourtant, n'a jamais été aussi menacé.

La situation s'explique par le fonctionnement du secteur lui-même. Alors que l'on entend régulièrement le terme **surconsommation** pour parler du phénomène d'augmentation des ventes de produits et de ses conséquences pour l'environnement, il n'en est pas la cause mais bien la conséquence.

Le secteur du textile, comme les autres secteurs, opère dans un système de surproduction. Ce ne sont pas les consommateur·ices qui augmentent l'offre de produits et dépassent les limites planétaires, mais les producteurs et enseignes du secteur qui mettent en marché toujours plus de produits, puis tentent de les écouler par tous les moyens. L'enjeu étant de prendre le pas sur leurs concurrents et d'augmenter leurs ventes.

Pour y parvenir, les enseignes augmentent le nombre de produits et de références disponibles. L'enjeu est de proposer un maximum de produits différents pour que l'acheteur·euse n'ait pas à aller ailleurs.



La surproduction désigne un système où les niveaux de production et de mise en marché dépassent la demande et les limites planétaires. Ce principe a pour objectif de baisser les coûts via des économies d'échelle et de gagner des parts de marché. Dans le cas du textile, la surproduction s'accompagne d'un ensemble de pratiques commerciales incitant à la consommation pour écouler le plus de stocks possible : promotions, renouvellement fréquent des collections... Ces pratiques engendrent alors un phénomène de surconsommation.

Ensuite, pour écouler les stocks produits, plusieurs tactiques sont développées :

- Une priorité donnée à la baisse des prix via la mise en place de promotions continues et une décote rapide des produits,
- Un renouvellement rapide des collections³,
- L'utilisation d'outils marketing comme le ciblage publicitaire en ligne, la mobilisation d'influenceur·ses ou le recours aux *dark patterns*⁴,
- Le développement de la vente en ligne et la réduction des délais de livraison,
- La fidélisation des client·es via des systèmes d'abonnement offrant la livraison.

La durabilité émotionnelle

(ou culturelle) désigne la longévité d'un vêtement en fonction de critères « non-physiques », à savoir les évolutions esthétiques, les effets de mode, le renouvellement des collections ou la fréquence des promotions. La faible durabilité émotionnelle des vêtements issus de la *fast-fashion* entraîne une obsolescence dite psychologique où un vêtement sans défaut technique ne sera plus porté car « démodé ». La durabilité émotionnelle s'oppose à la durabilité physique, c'est-à-dire la capacité d'un vêtement à résister à des dommages matériels.

Ces tactiques changent la durée de vie des vêtements. Le renouvellement d'un produit étant dopé par l'incitation à en acheter un autre, la durabilité du produit n'est plus sa capacité à rester en bon état et à maintenir leur bien-être dans le temps. Le vêtement est remplacé avant d'être usé. Aujourd'hui, l'obsolescence réelle n'est pas que matérielle, elle est aussi émotionnelle ou culturelle⁵. Un vêtement est obsolète dès qu'un nouveau produit est acheté et amène le précédent à se retrouver au fond d'un placard, jusqu'au jour où il sera jeté ou donné. La résistance physique du vêtement dans le temps n'y changera rien sans limitation des incitations à consommer.

Si ce mécanisme permet d'écouler les stocks, il plonge le secteur dans un déclin. Les enseignes, bien qu'elles distribuent davantage de produits, réduisent leurs marges jusqu'à se mettre en danger de faillite. En écartant les autres facteurs, la vente en ligne seule a déjà détruit 79 000 emplois dans l'habillement depuis 2009^{6,7} et la liste d'enseignes menacées ou fermées ne cesse de s'allonger.



Une industrie qui repose sur le moins-disant social et environnemental

Le modèle de surproduction repose sur une production massive de produits à prix bas, permise par l'externalisation des coûts environnementaux et sociaux à l'étranger.

Le démantèlement des accords multifibres, commencé en 1995 pour finir en 2005, marque l'avènement de la *fast-fashion* à travers la vague de délocalisation dans les pays du Sud et l'accès à une main d'œuvre peu chère. En termes de valeur monétaire, la France importe actuellement deux fois plus qu'elle n'exporte, avec plus d'un tiers de ses importations provenant de pays du Sud ; Chine et Bangladesh en tête⁸.

C'est de ce phénomène dont résultent les prix de vente totalement dérisoires que l'on connaît aujourd'hui, avec une moyenne actuelle de 13,4 euros pour un produit vendu par les trois leaders du marché Shein, Zara et H&M⁹.

Cependant, des prix aussi bas ne sont possibles qu'en contournant les normes environnementales et sociales, ceci impliquant de fait une forte pollution environnementale et une exploitation systématique des travailleurs et travailleuses du secteur.

Au niveau environnemental, l'industrie textile est responsable de potentiellement 10 % des émissions mondiales de CO₂¹⁰. Ses impacts sur l'eau et les sols sont immenses également, avec 11 % des pesticides utilisés au niveau mondial et jusqu'à 1/5^e de la pollution des cours d'eau¹¹.

Le volet social n'est pas épargné. L'industrie de la mode repose largement sur le faible coût de la main d'œuvre et le contournement des règles



Les accords multifibres (AMF) sont des traités internationaux signés au sein du GATT (Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce) puis de l'OMC (Organisation mondiale du commerce) visant à protéger les industries des pays du Nord face à l'ouverture du marché aux pays du Sud à la main d'œuvre moins coûteuse. Actifs entre 1974 et 2005, ils se traduisent par des quotas d'importations sur les produits textiles. Leur démantèlement s'est fait de manière progressive à partir de 1995 jusqu'en 2005.

salariales lorsqu'elles existent. À titre d'exemple, au Bangladesh, les travailleurs et travailleuses de l'industrie de la mode sont payés 83 euros par mois en moyenne, alors que le salaire minimum vital est estimé à 497 euros¹². C'est sans compter les conditions de travail, qui se rapprochent de l'exploitation. L'enseigne chinoise Shein est un des pires élèves en la matière : les employé-es touchent en moyenne l'équivalent de 4 centimes d'euros par vêtement produit, pour des journées de travail durant parfois jusqu'à 18 heures¹³.

La surproduction d'une part, et l'exploitation des ressources naturelles et des droits humains d'autre part, sont donc étroitement liées. Face à ce constat, il est nécessaire et urgent de réguler le secteur dans sa globalité et d'adopter des standards interdisant ces pratiques délétères.

Des réponses politiques qui demeurent largement insuffisantes

En l'état, les réponses majoritairement apportées par les institutions se cantonnent à augmenter le degré de circularité de l'industrie textile, majoritairement à travers la réutilisation et le recyclage. Preuves en sont les différentes stratégies adoptées, de la stratégie textile européenne¹⁴ à la récente modification du cahier des charges encadrant les metteurs en marché textile en France¹⁵ qui mettent avant tout l'accent sur l'augmentation des capacités de valorisation - réparation, réutilisation et recyclage - sans questionner et encadrer la quantité de produits mis en marché.

Si le développement des capacités de valorisation est certes nécessaire afin de diminuer l'impact de l'industrie, ces efforts se heurtent à des limites, tant dans la maturité de leur technique que dans leur capacité effective à préserver la matière.

En France, 95% des textiles collectés en vue de réemploi sont exportés, soit plus de 13 000 tonnes par mois. Une grande majorité de ce textile est exporté dans des pays du Sud - Pakistan, Tunisie, Haïti - où il finit souvent brûlé ou enfoui sans traçabilité.

Outre le réemploi, le recyclage s'impose lui aussi comme une réponse seulement partielle face aux conséquences dramatiques de la surproduction. Aujourd'hui encore, on estime que seulement 1% du textile recyclé peut être utilisé pour reproduire du textile de même qualité. La majorité du textile français est aujourd'hui décyclé, c'est-à-dire utilisé pour la fabrication de produits de moindre valeur ou qualité.

Si le besoin d'améliorer ces techniques est réel, le développement de la circularité des produits textiles ne constitue malheureusement pas une solution miracle, malgré ce que pourraient affirmer certaines enseignes du secteur.

Entre 2013 et 2021, le volume de vêtements mis en marché en France est passé de 552 000 tonnes (soit 2,3 milliards de pièces) à 715 000 tonnes (soit 2,8 milliards de pièces). En revanche, la capacité de valorisation (à savoir réemploi et recyclage) est passée de 131 000 tonnes à 171 000¹⁶. **En somme, non seulement la quantité mise en marché augmente plus vite que la capacité de valorisation, mais cette dernière reste dérisoire face aux quantités qu'elle devrait être en mesure de traiter.** En 2021, la capacité manquante théorique de valorisation était de 465 000 tonnes¹⁷. Si cette capacité demeure théorique car tous les produits vendus une année ne doivent pas être valorisés la même année, cela signifie tout de même que 65% de la quantité mise en marché ne pourront être ni recyclés, ni réemployés.

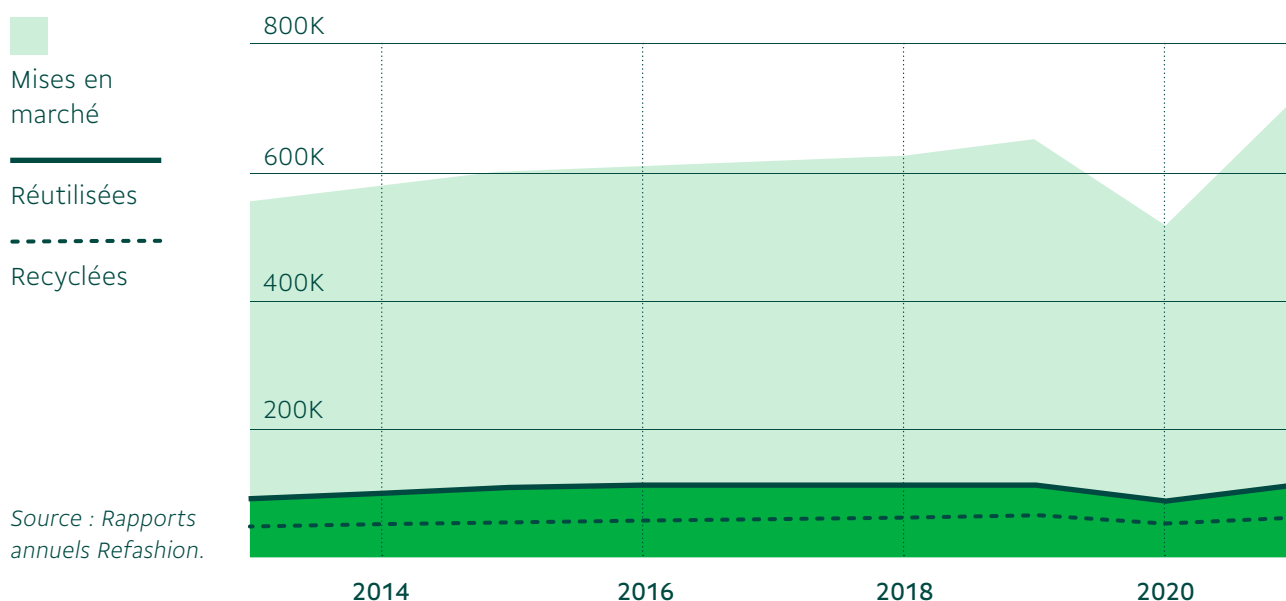


Le décyclage est un processus par lequel une matière recyclée ne pourra être utilisée que pour créer un produit à la valeur ou qualité moindre que le produit d'origine. Le décyclage a alors un effet limité sur la préservation des ressources, car il ne limite pas l'utilisation de matières premières pour la confection du produit d'origine. Un exemple répandu est le recyclage de bouteilles en plastique en tissus synthétiques, ces derniers étant difficilement recyclables à leur tour.

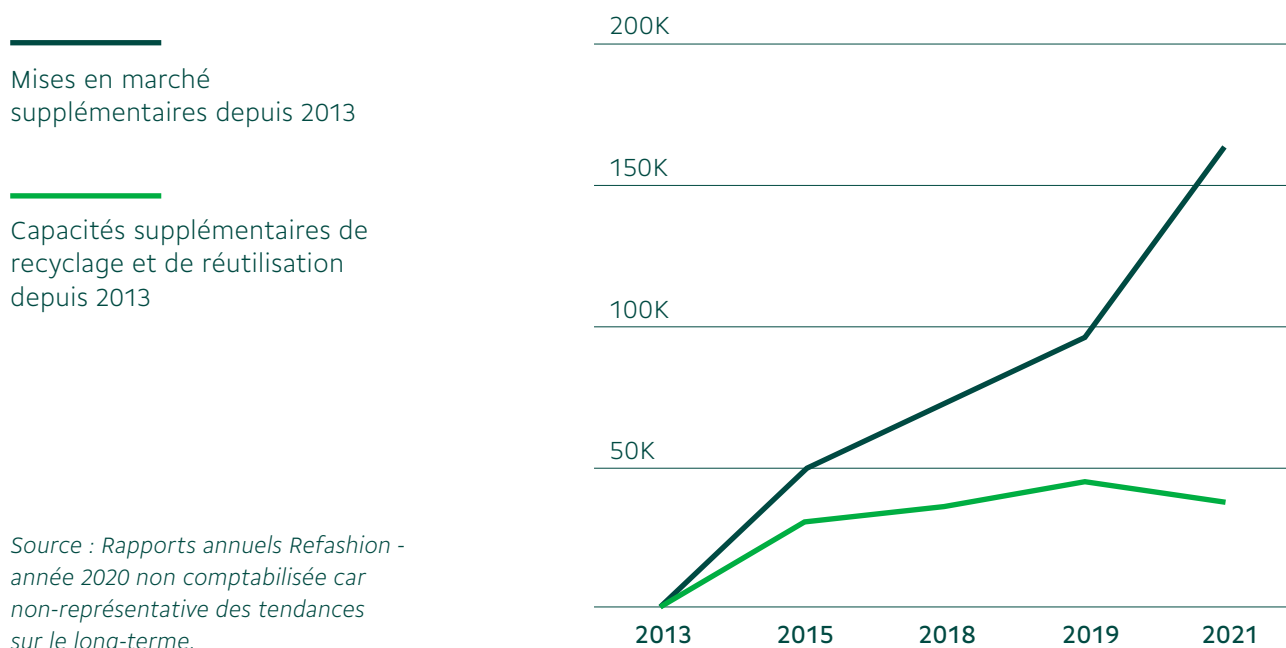
Même si les outils de valorisation du textile doivent permettre de diminuer son impact, ils ne doivent pas constituer le cache-misère d'une industrie dont les quantités produites ne cessent d'augmenter.

La priorité doit avant tout être mise sur une réduction de la production et des quantités mises en marché.

Évolution du textile en France (exprimé en tonnes)



Évolution du textile en France (base 2013 - exprimé en tonnes)



Un encadrement nécessaire

Pour empêcher l'aggravation de la surproduction et la chute des entreprises du secteur textile, le gouvernement doit accepter ce qu'il a toujours refusé : encadrer les pratiques. Voici les 5 recommandations des Amis de la Terre France pour y arriver :

1. Plafonner et réduire les mises en marché

- Il est essentiel de plafonner les mises en marché des vêtements importés, à l'image de ce qui existait en France avant la suppression des accords multifibres en 2005. Cette limitation de la distribution des vêtements importés permettrait d'assurer l'autonomie de la France dans sa production, de restaurer sa filière textile, mais également de dépasser notre dépendance actuelle à l'importation, dans une perspective d'autonomie et d'autosuffisance.
- Pour réduire l'empreinte carbone de l'industrie textile, un plafonnement des mises en marché doit être pensé de manière globale. Ce plafonnement doit comprendre les marchandises importées et celles produites sur le territoire français afin de mener à une réduction de l'ensemble des volumes produits. L'enjeu étant de diminuer la production importée tout en maîtrisant l'augmentation de la production nationale pour éviter que cette dernière empêche l'atteinte des objectifs de réduction. Afin de respecter les accords de Paris pour le secteur textile, les principaux metteurs en marché devraient être tenus de réduire leurs mises en marché de produits neufs de 2,5% en comparaison à l'année précédente jusqu'à atteindre - 25% en 2032 par rapport à 2022.

2. Exclure les produits polluants et issus de l'exploitation humaine

- Des standards sociaux et environnementaux sur les vêtements au niveau européen doivent être appliqués. Avec cette mesure, les produits ayant une empreinte carbone supérieure à ceux produits sur le territoire européen ne pourront plus être commercialisés dans l'Union Européenne, de même que les produits dont la fabrication implique une rémunération inférieure au salaire vital. L'enjeu de cette mesure est de permettre une rémunération digne aux producteur·ices, de décarboner la production et d'empêcher que des produits hautement carbonés concurrencent ceux des acteurs les plus vertueux.

3. Pénaliser les incitations à consommer

- Les incitations à consommer (et notamment la publicité), grandement responsables du phénomène d'obsolescence psychologique des vêtements, doivent être pénalisées. Cette mesure permettrait également de réguler la concurrence toxique entre les enseignes. Par ailleurs, le renouvellement fréquent des collections, les promotions incessantes et le nombre de références par gamme tendent à réduire l'écart entre le prix d'un produit neuf et le prix de la réparation. Les enseignes concernées par ces pratiques commerciales doivent faire l'objet de pénalités, dans le cadre de l'affichage environnemental qui sera adopté d'ici la fin de l'année 2023.

4. Rétablir une équité entre les acteurs physiques et le e-commerce

- Les entrepôts de la vente en ligne et *dark stores*¹⁸ doivent être considérés comme des commerces à part entière, et non des entrepôts logistiques. La distinction existant actuellement favorise la vente en ligne et lui permet d'éviter la taxation sur les surfaces commerciales, de se soustraire à la consultation des commerçant·es du territoire pour s'implanter, et de construire des entrepôts sans limite de taille alors que les constructions et les extensions de magasins de plus de 10 000m² sont aujourd'hui interdites par moratoire. Dans la mesure où les entrepôts sont les magasins de la vente en ligne, continuer d'augmenter leur implantation va par conséquent augmenter leur capacité de stockage et le nombre de produits mis en marché. Le moratoire applicable aux surfaces commerciales doit alors s'appliquer à tous nouveaux entrepôts de e-commerce.
- Les vendeurs des places de marchés comme Amazon ou Cdiscount sont coupables de fraude massive à la TVA et à l'éco-contribution sur les produits¹⁹. Cette fraude représentant 5 milliards d'euros par an²⁰, elle doit être acquittée par ces

géants de la vente en ligne. En fraudant, ces acteurs peuvent se permettre d'abaisser les prix des produits et donc de concurrencer illégalement les autres acteurs du secteur et particulièrement ceux du secteur textile.

- Ces mesures, qui paraissent naturelles et justes pour instaurer une concurrence loyale entre les commerçants, sont pourtant bloquées par le gouvernement depuis 2019.

5. Interdire les livraisons aux clients depuis l'étranger

- Une interdiction doit être apposée sur les vêtements livrés aux clients depuis un espace de stockage situé à l'étranger. L'enjeu est d'enrayer le phénomène des plateformes livrant depuis leurs entrepôts européens (Alibaba ou Amazon) ou extra-européens (Shein). Cette mesure permettrait d'éviter que des entrepôts se placent à la frontière pour contourner le moratoire et que les acteurs livrant depuis l'étranger le fassent sans contribuer autant que des acteurs présents en France.



Pour une production textile relocalisée

Avec près de 100 000 emplois aujourd'hui en France, l'industrie textile a perdu environ 70% de ses effectifs depuis 1990²¹ et 96% des produits sont importés depuis l'étranger²². Ce déclin est principalement dû à l'émergence d'une concurrence extrêmement déloyale basée sur la *fast-fashion*, ainsi qu'à la fin progressive des quotas multifibres en 2005. Cependant, cette tendance n'est pas inéluctable. **Il y a un véritable enjeu à relocaliser une partie de la production textile en France, la production locale constituant une voie d'avenir.**

Pour Eric Boël, dirigeant de l'entreprise des Tissages de Charlieu, favoriser la production locale, c'est «*passer d'une industrie déshumanisante, qui épuise nos ressources naturelles et humaines, à une industrie qui fait du bien, par les emplois qu'elle crée, mais aussi par la qualité de ses produits*».

Par rapport à une production chinoise, chaque kilogramme de textile produit en France réduit de moitié son empreinte carbone, en plus de créer des emplois dûment rémunérés.

La relocalisation est une des options les plus pertinentes pour faire face aux coûts environnementaux et sociaux de l'industrie textile d'aujourd'hui. Face à un marché extrêmement compétitif, cela

ne peut se faire sans être établi en tant qu'objectif prioritaire. Eric Boël le dit : «*Aux 4 R - Réduire, Réutiliser, Réparer, Recycler - doit s'ajouter un 5^e R, celui de la Réindustrialisation*». Il y a, selon lui, un fort enjeu à faire de la production locale une priorité, mais aussi de le montrer, notamment à travers l'affichage environnemental. À travers cet affichage, un textile produit dans des conditions de *fast* ou d'*ultra fast-fashion* doit pouvoir être clairement identifié, dans la perspective de favoriser une production locale, effectuée dans de bonnes conditions environnementales et sociales.

À cet enjeu s'ajoute également la question de la souveraineté. Relocaliser, c'est aussi réduire la dépendance française face à une hausse du prix des matières premières, tout en valorisant le savoir-faire et les ressources françaises. «*Lors de la crise de la Covid, les entreprises françaises n'avaient jamais fabriqué de masques en tissu. Puis en deux mois, le pays est devenu autosuffisant*». Pour Eric Boël, cela montre qu'il y a une réelle capacité à produire et à s'adapter, mais qu'elle doit être soutenue par une volonté affichée de la part des pouvoirs publics.



Synthèse et recommandations

Les impacts climatiques, environnementaux et sociaux de l'industrie textile font partie intégrante du modèle du secteur textile actuel, basé sur un système de surproduction qui ne peut plus durer.

Le constat de l'impact de l'industrie textile est présent partout, de l'imaginaire des individus aux décideurs politiques, en passant par les médias et leur reportages dans les usines de filature en Chine

ou au Bangladesh. Si le constat est le bon, la réponse apportée ne traite que les symptômes, et ne le fait de manière que partielle. Le recyclage-mirage prôné par l'industrie ne suffira pas - il n'en a pas vocation - à freiner l'augmentation exponentielle des vêtements mis en marché. Seul un encadrement strict, mis au service d'une production durable et locale, le fera. Pour cela, nous ne devons pas nous tromper de priorités et nous engager dans les directions suivantes :

- **Encadrer** la production de textile avec des normes sociales et environnementales strictes et un affichage environnemental clair et contraignant. Ces normes doivent restreindre la mise en marché de produits polluants ou reposant sur l'exploitation des travailleur·ses du secteur.
- **Réduire** la quantité de textile produit de façon à ralentir l'augmentation puis diminuer les mises en marché.
- **Relocaliser** la production, à travers un soutien financier envers les enseignes et l'industrie du textile français.

Notes

- 1 Ellen MacArthur Foundation, A new textile economy, redesigning fashion's future, 2017.
- 2 Refashion, Rapport d'activité 2019.
- 3 En moyenne en 2022, l'enseigne Shein proposait 314 877 références différentes, contre 6 849 pour Zara.
- 4 Interface utilisateur conçue pour influencer les comportements. Dans les cas du textile, il s'agira d'inciter les consommateurs à acheter un produit ou rester plus longtemps sur un site ou une application d'achat.
- 5 Kate Fletcher, «Durability, Fashion, Sustainability: The Processes and Practices of Use». Fashion Practice: The Journal of Design, Creative Process & the Fashion 4 (1^{er} novembre 2012): p. 221-238.
- 6 Kavala Capital, E-commerce et emploi: Bilan et perspectives dans le commerce non-alimentaire et les services en Europe, décembre 2020.
- 7 Les Amis de la terre France, E-commerce et emploi : la grande casse sociale, mars 2022.
- 8 Union des Industries Textiles, Rapport d'activité 2021-2022.
- 9 Kantar Worldpanel. Fin juin 2021, le prix moyen d'un produit acheté chez Shein était de 7,5 euros, contre 10,2 euros pour H&M et 22,7 euros pour Zara.
- 10 Quantis & The Climate Works Foundation, Measuring Fashion, 2018.
- 11 Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture, Mesurer la durabilité des systèmes de culture du coton, 2015.
- 12 ActionAid, Victimes de la Mode, septembre 2022.
- 13 Rob Hastings, «Shein: Fast-Fashion Workers Paid 3p per Garment for 18-Hour Days, Undercover Filming Reveals». *Inews*, 15 octobre 2022.
- 14 Stratégie de l'Union européenne pour des textiles, mars 2022.
- 15 Arrêté du 23 novembre 2022 portant cahiers des charges des éco-organismes et des systèmes individuels de la filière à responsabilité élargie du producteur des textiles, chaussures et linge de maison (TLC).
- 16 Eco-TLC puis Refashion, Rapports annuels, 2013-2021.
- 17 Refashion, Rapport d'activité 2021.
- 18 Les *dark stores* sont des magasins fermés au public. Les travailleur-euses circulent dans les rayons pour préparer la commande qui sera ensuite livrée directement aux client-es.
- 19 Part du prix de chaque produit reversée à un éco-organisme pour financer la collecte et le traitement des produits en fin de vie (réparation, recyclage, réemploi...).
- 20 Attac France, 20 à 25 milliards d'euros de perte de TVA : l'INSEE conforte un peu plus une fraude fiscale de 80 à 100 milliards d'euros, 16 août 2022.
- 21 INSEE, L'industrie textile en France : une production mondialisée, sauf pour les produits de luxe et les textiles techniques, octobre 2018.
- 22 Jérôme Payet, Assessment of Carbon Footprint for the Textile Sector in France. Sustainability 2021, 13, 2422.