



FAST FASHION : **IMPACTS, ALTERNATIVES** **ET MOYENS D'AGIR**



OXFAM
France

Sommaire

Introduction	3
1. Le business de la mode au détriment de la planète et de ses habitant.e.s	4
1.1. Surproduction et surconsommation : l'ère de la <i>fast fashion</i>	4
1.2. L'impact de la mode jetable : un désastre environnemental	7
1.3. La <i>fast fashion</i> , pourvoyeuse de pauvreté	12
2. La lutte contre les dérives de la fast fashion : état des lieux	19
2.1. Le rôle crucial des associations	19
2.2. Des entreprises qui se mobilisent à différents degrés	22
2.3. Des lois partout dans le monde pour renforcer la responsabilité des multinationales	24
3. S'informer, consommer autrement, militer : le pouvoir citoyen pour changer le système en profondeur	27
3.1. La <i>slow fashion</i> , un premier contre-pouvoir	27
3.2. Consommer autrement : panel des alternatives pour une mode plus responsable	28
3.3. La mobilisation citoyenne : notre meilleure arme pour aller plus loin	35
Conclusion	38

Introduction

L'industrie textile pèse aujourd'hui 3000 milliards de dollars¹. Entre 2005 et 2019, la consommation mondiale de vêtements et de chaussures a presque doublé, passant de 74 milliards à plus de 130 milliards d'articles².

Derrière ces chiffres faramineux se cache une autre réalité : celle des conséquences sociales, sanitaires et environnementales désastreuses engendrées par le secteur de la mode, dont les multinationales de la « fast fashion » sont les principales responsables.

L'industrie textile est l'une des plus polluantes au monde. Cinquième plus gros émetteur de gaz à effet de serre³ en Europe, le secteur est aussi le troisième consommateur d'eau⁴ dans le monde, après la culture du blé et du riz.

Des constats alarmants pour l'environnement, mais aussi pour les droits humains. Les millions de travailleur.ses qui fabriquent nos vêtements dans les usines textiles sont aussi celles et ceux qui subissent des conditions de travail dangereuses et vivent en situation de grande précarité. Travail sous-payé, violations des droits humains et risques d'accident du travail sont le quotidien des ouvrier.e.s et couturier.e.s exploité.e.s par les grandes entreprises de la *fast fashion*.

Heureusement, il existe des solutions pour transformer le système en profondeur : chacun.e à son niveau a les moyens d'agir, en tant que citoyen.ne mais aussi en tant que consommateur.rice.

La première étape, c'est de s'informer : ce guide tombe à point nommé, car il a pour vocation d'éclairer ses lecteur.rices sur les impacts de la mode et les alternatives existantes. Grâce à cet e-book, Oxfam France vous propose de :

- Disposer de toutes les clés pour comprendre les impacts environnementaux et sociaux de l'industrie de la mode ;
- Questionner les initiatives publiques et privées proposées actuellement pour lutter contre les dérives de la *fast fashion* ;
- Mettre en lumière les moyens d'action concrets pour s'orienter vers une mode plus responsable d'un point de vue social et environnemental.

¹ Arte « Les Dessous de la Mode à bas prix », 2021

² Euromonitor International, *Apparel and Footwear Industry*, 2020

³ Agence européenne de l'environnement, *Textiles in Europe's circular economy*, 2019

⁴ La mode sans dessus-dessous, infographie de l'ADEME, 2018

1. Le business de la mode au détriment de la planète et de ses habitant.e.s

Entre 1990 et 2015, les exportations textiles au niveau mondial ont plus que quadruplé, passant de 108 milliards à 445 milliards de dollars⁶.

1.1. Surproduction et surconsommation : l'ère de la fast fashion

Longtemps réservée aux classes privilégiées, fabriquée à petite échelle et sur commande par des tailleurs locaux, la mode débute son industrialisation au XVIII^{ème} siècle. Au XIX^{ème} siècle, la machine à coudre voit le jour et la révolution industrielle entérine la démocratisation d'une production de vêtements à grande échelle. Les années 1950 sonnent la naissance du terme « prêt-à-porter » et l'expansion de la publicité. Les vêtements sont alors fabriqués en série et leur coût devient plus abordable ; mais à cette époque, les marques se limitent en moyenne à deux collections par an seulement : une collection estivale et une collection hivernale⁵.

En 1974, plusieurs pays, dont les Etats-Unis, mettent en place un système de quotas appliqué au secteur textile, connu sous le nom d'Accords multifibres (AMF), afin de limiter le volume des importations de textiles et de vêtements en provenance de l'étranger. Alors que la production textile avait déjà commencé à se délocaliser vers des pays pouvant produire à moindre coût, l'abrogation de cet accord par l'OMC en 2005, qui supprime les quotas d'importations, va accélérer ce mouvement. Les détaillants de mode – dont les principales marques que nous connaissons aujourd'hui – réorganisent leur production et ont désormais accès aux opportunités offertes par de nombreux pays du continent asiatique : des matières premières et une main d'œuvre peu chères, des normes sociales, environnementales et sanitaires très insuffisantes ou absentes.

Une femme enceinte contrôle des vêtements fabriqués pour des marques internationales dans une usine à Dong Nai au Vietnam
© Sam Tarling/Oxfam



⁵ Yvonne Deslandes, Florence Müller, *Histoire de la mode au XX^{ème} siècle*, 1986

⁶ Oxfam Australie, rapport *What she makes*, 2017



VIDEO : [Une autre mode est possible](#)

La fin des AMF aura des conséquences profondes sur le commerce international du textile en ouvrant la voie à la domination, dans l'industrie de la mode, du modèle dit de la « fast fashion », qui repose essentiellement sur un renouvellement ultra-rapide des collections proposées à des prix toujours plus bas.

S'appuyant sur un rythme de fabrication effréné – le processus complet de production pouvant être réduit jusqu'à 30 jours parfois – certaines enseignes de prêt-à-porter vont ainsi jusqu'à renouveler leurs collections toutes les deux semaines, voire moins. Ce système leur permet de proposer des produits éphémères, vendus en quantité limitée sur une courte période, afin de limiter les risques en termes de stocks et la part des vêtements soldés.

Le modèle de la fast fashion s'inspire également du « Lean management », mis en pratique par Toyota dans la seconde moitié du XX^{ème} siècle : il s'agit d'un modèle économique ultraperformant qui s'est imposé au fil du temps dans l'ensemble des secteurs industriels. Centré autour de la maximisation des profits, ce mode d'organisation vise à minimiser les coûts de production, à fabriquer en flux tendu et à réduire les délais d'approvisionnement, dans une logique de rentabilité accrue. Le secteur alimentaire l'a très vite adopté pour créer le concept de « fast food », et ainsi proposer au plus grand nombre des produits de moindre qualité, fabriqués rapidement et vendus à l'échelle mondiale.

Actuellement, cette mode jetable alimente un phénomène de surconsommation amplifié par les réseaux sociaux. Aujourd'hui, 130 milliards de vêtements sont produits par an, soit presque 80% de plus qu'il y a quinze ans. Au Royaume-Uni par exemple, les consommateurs achètent environ 1,13 million de tonnes de vêtements chaque année, soit le poids de plus de 6 500 avions à réaction⁷. Si ce rythme perdure, la production et la consommation de vêtements et de chaussures dans le monde pourraient tripler d'ici 2050⁸.

⁷ The Waste and Resources Action Programme (WRAP), *Valuing Our Clothes : the cost UK fashion*, 2017.

⁸ Fondation Ellen MacArthur, *A New Textiles Economy: Redesigning Fashion's Future*, 2017.

DE LA FAST À L'ULTRA FAST FASHION

Au cours des dernières années, une nouvelle génération de détaillants a émergé, celle de la mode en ligne et de l'« *ultra fast fashion* ». Réduisant encore davantage les prix et les délais, quels qu'en soient les coûts humains ou environnementaux, cette industrie prospère sur la croissance des ventes sur Internet et du marketing d'influence sur les réseaux sociaux. Les acteurs de cette mode « ultra-rapide » renoncent à des emplacements physiques pour commercialiser des articles à vendre en ligne sur une très courte durée. Ils inondent ainsi le marché de centaines, voire de milliers de nouveaux produits chaque semaine qu'ils vendent à des prix extrêmement bas.



Vue générale d'une usine textile
au Bangladesh
© Fernando Molerés

1.2. L'impact de la mode jetable : un désastre environnemental

L'habillement représenterait 2 à 10% de l'empreinte environnementale globale des ménages européens, au quatrième rang après le logement, la mobilité et l'alimentation⁹.



Nos vêtements ont un coût démesuré pour la planète. Emissions de gaz à effet de serre, épuisement des ressources naturelles, utilisation de produits chimiques qui polluent les eaux, l'air et les sols, production de grandes quantités de déchets : plusieurs études publiées ces dernières années ont mis en lumière l'énorme impact environnemental de l'industrie de la mode.

De la production à la transformation des matières premières, du tissage à la teinture, chaque étape nécessaire à la confection d'un vêtement participe à ce lourd bilan environnemental. Mais même après l'achat, une pièce issue de la *fast fashion* continue de polluer. Selon l'ADEME, la moitié des impacts de nos vêtements sur l'environnement sont dus à leur entretien, très gourmand en énergie mais aussi en eau, puisque 12% de l'eau consommée chaque année dans les foyers en France sont attribués à la machine à laver.

⁹ European Commission Joint Research Centre, *Environmental Impact of Products (EIPRO)*, 2006

LES CHIFFRES DE LA FAST-FASHION

- 1,2 milliard de tonnes de gaz à effet de serre sont émis chaque année en moyenne par le secteur du textile (source : fondation Ellen MacArthur).
- Pour confectionner un jean, il faut en moyenne 7 500 litres d'eau, soit l'équivalent de toute l'eau bue par un être humain pendant 7 ans (source : ONU).
- Bien que la superficie cultivée en coton ne couvre que 3% des terres agricoles de la planète, elle utilise 16% de tous les insecticides consommés dans le monde¹⁰.
- 20% de la pollution des eaux industrielles dans le monde proviendrait du traitement et de la teinture du textile¹¹.
- Rejetés au cours du lavage de nos vêtements, un demi-million de tonnes de microplastiques finissent chaque année dans les océans, soit l'équivalent de 50 milliards de bouteilles (source : ADEME).
- Un camion benne de textiles est mis en décharge ou incinéré toutes les secondes dans le monde (source : fondation Ellen MacArthur).

Une source importante de gaz à effet de serre

Le secteur de la mode est un consommateur important et croissant de ressources énergétiques non renouvelables, dont l'utilisation à toutes les étapes de la fabrication génère d'importantes émissions de gaz à effet de serre. Plus de 98 millions de tonnes d'énergie fossile seraient ainsi utilisées par an, le pétrole notamment, dont proviennent 70% des fibres synthétiques produites dans le monde (source : fondation Ellen MacArthur Foundation, ADEME).

Si le transport, paramètre indissociable d'une industrie fortement mondialisée, pèse dans ce bilan environnemental, son poids est surtout amplifié par le recours croissant au polyester, matière la plus produite dans l'industrie du textile aujourd'hui. Près de 70 millions de barils de pétrole sont nécessaires à la production de 40 millions de tonnes de polyester chaque année (source : Agence européenne de l'environnement). Or, l'extraction de pétrole émet énormément de CO2 et contribue au réchauffement climatique.

Avec 1,2 milliards de tonnes de gaz à effet de serre émis, l'industrie mondiale du textile génère ainsi que plus d'émissions que les vols internationaux et le trafic maritime réunis. En 2050, le secteur pourrait même émettre 26% des émissions globales si les tendances actuelles de consommation se poursuivent¹².

¹⁰ *The ICAC Recorder*, 2019

¹¹ Kant, R., *Textile dyeing industry: An environmental hazard*, Natural Science, Vol. 4, 1 (2012), p.23

¹² La mode sans dessus-dessous, infographie de l'ADEME, 2018

Du tissage au lavage : le vêtement pollue à tous les étages

L'industrie textile est source d'innombrables pollutions environnementales, notamment causées par l'emploi de substances toxiques dans le processus de transformation des matières premières nécessaires à la fabrication des vêtements. Plus de 1900 produits chimiques¹³ sont ainsi potentiellement utilisés au cours de la phase de production des textiles, dont 165 sont classés par l'Union européenne comme dangereux pour la santé ou l'environnement.

C'est le cas de l'étape de la teinture en particulier, pour laquelle on utilise aujourd'hui des pigments synthétiques qui ont remplacé les teintures originellement végétales. Ces substances contiennent souvent des métaux lourds, des solvants chlorés, des acides, du formaldéhyde ou encore des phtalates. Elles sont nocives à la fois pour l'environnement et pour les employé.e.s du secteur textile car elles peuvent perturber leur système hormonal et augmenter les risques de cancer.



¹³ Parlement européen, *Environmental impact of the textile and clothing industry*, 2019

L'eau, une ressource menacée par l'industrie textile

Une rivière extrêmement polluée à proximité d'une usine textile située à Dhaka au Bangladesh
© Fabeha Monir/Oxfam AUS

La mode est une industrie très consommatrice de ressources naturelles, l'eau en particulier. Une grande quantité est utilisée dans l'agriculture pour faire pousser et irriguer des cultures comme le coton – dont provient le quart de la production mondiale de fibres textiles. **On estime que 4%¹⁴ de l'eau potable disponible est utilisée pour produire nos vêtements.** Or, l'eau est une ressource rare dans certains pays. Lorsque la pluie n'est pas suffisante, on détourne l'eau des rivières, des lacs et des nappes phréatiques pour qu'elle irrigue les champs.



En outre, après le tissage, le tissu est lavé pour être débarrassé des produits utilisés au cours du processus de transformation. Cette étape est très polluante car des substances toxiques sont rejetées dans la nature lors du lavage, l'eau étant rarement traitée. Cela détruit les écosystèmes et nuit à la biodiversité ainsi qu'à la santé des êtres humains. On estime ainsi que 20%¹⁵ de la pollution des eaux industrielles en Europe proviendrait du traitement et de la teinture du textile.

Surnommée autrefois la « Perle de la Chine », la rivière Li, à Xiantang, est désormais toxique, polluée par le plomb et le mercure utilisés pour la teinture des jeans et rejetés lors du lavage. On ne peut plus boire l'eau de la rivière, ni y pêcher.

¹⁴ Fondation Ellen MacArthur, *A New textiles economy. Redesigning fashion's future*, 2016 et *Circular Fibres Initiatives Analysis*, 2016.

¹⁵ Kant, R., *Textile dyeing industry: An environmental hazard*, *Natural Science*, Vol. 4, 1 (2012), p.23

Les dégâts des microplastiques

La pollution de l'industrie textile ne s'arrête pas au cycle de production mais continue après la vente des produits, lors de la phase d'entretien. Plusieurs études ont ainsi démontré que le lavage des vêtements en fibres synthétiques est l'une des principales sources de pollution des océans par les déchets plastiques. En effet, lors de celui-ci sont éliminées des microparticules de plastique, trop petites pour être filtrées par les stations d'épuration, qui sont alors rejetées dans nos systèmes d'eau. Au total, on estime ainsi qu'un demi-million de tonnes de microparticules de plastiques¹⁶ finissent chaque année dans les océans, soit l'équivalent de 50 milliards de bouteilles en plastique.

Moins de 1%¹⁹ des matières utilisées pour produire nos vêtements sont véritablement recyclés en nouveaux articles de mode.

Déchets et gaspillage vestimentaire

Dans ce système basé sur l'hyperconsommation qui nous pousse à renouveler sans cesse notre garde-robe, la mode jetable porte bien son nom. En moyenne, 70% des vêtements qui se trouvent dans notre vestiaire ne sont pas portés. La majorité des vêtements que nous jetons finissent en décharge ou incinérés. On estime que seulement environ 20%¹⁷ d'entre eux sont collectés en Europe, dont environ la moitié serait recyclée (principalement transformée en chiffons industriels et matériaux d'isolation), l'autre moitié étant réutilisée, principalement exportée vers les marchés en développement.

Le gaspillage vestimentaire concerne avant tout les marques de mode. En effet, pour que les prix restent abordables, les marques se doivent de produire en masse. Pour éviter le coût onéreux du stockage des invendus, ceux-ci sont fréquemment incinérés, contribuant au gaspillage vestimentaire. En 2018, la marque Burberry a été ainsi épinglée pour avoir brûlé un stock d'invendus d'une valeur de 30 millions d'euros. En France, la loi anti-gaspillage pour une économie circulaire, promulguée en 2020, vient interdire progressivement la destruction des invendus non alimentaires.

¹⁶ International Union for Conservation of Nature (IUCN), *Primary microplastics in the oceans: a global evaluation of sources*, 2017.

¹⁷ Sandin G, Peters GM., *Environmental impact of textile reuse and recycling – A review*, Journal of Cleaner Production, vol.184, mai 2018, pp.353-365.

¹⁸ The Boston Consulting Group, rapport *Pulse of the fashion industry*, 2017.

¹⁹ Fondation Ellen MacArthur, op.cit.

1.3. La fast fashion, pourvoyeuse de pauvreté



Lan ne possède pas l'eau courante dans son domicile et lave sa vaisselle avec l'eau d'un robinet de la ville. Elle travaille dans une usine de fabrication de chaussures à Dong Nai au Vietnam. © Sam Tarling

L'industrie textile emploie 75 millions de personnes à travers le monde, dont 80% sont des femmes et dont 65 millions sont situées dans la région Asie-Pacifique (source : OIT)²⁰. Les multinationales sous-traitant et externalisant leur production dans un souci de rentabilité, le choix des pays où sont fabriqués les vêtements pour être ensuite exportés répond à des critères stratégiques : la main d'œuvre y est moins onéreuse, la représentation syndicale, tout comme la réglementation sur l'usage de certains produits chimiques, faible ou inexistante.

Depuis de nombreuses années, les organisations de défense des droits humains au travail dénoncent les conséquences sociales de la mode dite « jetable » et de son modèle économique : exploitation des femmes et des enfants, salaires précaires, violations des droits, répression syndicale et conditions de travail indécentes. La pression sur les coûts et les délais de production, dans le but d'accroître les profits, pèse sur les ouvrier.e.s qui travaillent sur les chaînes de production.

²⁰ Organisation internationale du travail, *Asia-Pacific garment industry suffers as COVID-19 impact ripples through supply chain*, octobre 2020

Chameli travaille dans une usine au Bangladesh qui fabrique des vêtements pour une chaîne de magasins australiens. En moyenne, son salaire mensuel est d'un peu plus de 80 euros. Il lui arrive très fréquemment de faire des heures supplémentaires, parfois jusqu'à 3 heures du matin.

(Source : rapport *Made in Poverty*, Oxfam Australie, 2019)



Le drame du Rana Plaza, un premier électrochoc

Plusieurs scandales ont mis en lumière les pratiques indignes de l'industrie de la mode, notamment en 1996, lorsque des images ont révélé que des enfants travaillaient à la confection de produits de la marque Nike.

Mais c'est surtout en 2013 qu'un événement tragique a participé à une prise de conscience citoyenne : l'effondrement de l'immeuble du Rana Plaza, au Bangladesh, qui abritait plusieurs ateliers de confection travaillant pour des marques internationales. Cette catastrophe a coûté la vie à plus de 1100 personnes et en a blessé 2500. Mondialement médiatisée, elle a mis en lumière les conditions de production déplorables de l'industrie textile et suscité une forte mobilisation citoyenne.

Si des progrès ont été observés depuis sur les questions liées à la sécurité, ils restent insuffisants pour les associations et syndicats sur place. Huit ans après le drame du Rana Plaza, pauvreté et violation des droits persistent dans les usines textiles au Bangladesh, eldorado des enseignes qui veulent produire à bas coût – et dans de très nombreux autres pays.

Des inégalités criantes dans les chaînes de production textile

Salaires indécents, surexploitation liée au temps de travail, dangerosité et précarité du travail : le site Novethic compare certaines usines textiles actuelles aux « sweatshops » du XIX^e siècle, ces ateliers en Grande Bretagne et aux Etats-Unis dans lesquels étaient déjà dénoncées la misère et l'exploitation des employé.e.s.

Dans la plupart des pays d'Asie où se situe la production textile (Bangladesh, Vietnam, Indonésie, Cambodge et Inde), le salaire minimum est inférieur à 1\$ de l'heure²¹. Selon le collectif Ethique sur l'étiquette, dans le secteur textile, le salaire de la main d'œuvre bangladaise est en moyenne de 80 euros mensuels.

En 2019, Oxfam Australie a mené une enquête au Bangladesh et au Vietnam sur les conditions de travail des ouvrier.e.s dans les usines textiles. Les résultats, publiés dans le rapport *Made in Poverty*, sont édifiants. Parmi l'échantillon de personnes interrogées, 9 ouvrier.e.s sur 10 au Bangladesh déclarent que leurs revenus ne permettent pas de répondre à leurs besoins et à ceux de leur famille, de manger à leur faim ou encore de couvrir les frais de scolarité de leurs enfants.

La *fast fashion* est un système responsable d'inégalités extrêmes. Ce modèle implique une répartition des richesses inéquitable et maintient les travailleur.ses du textile et leurs familles dans des situations de grande pauvreté, loin des sommes faramineuses accumulées par les multinationales du secteur de la mode. Leurs salaires sont considérés comme des « variables d'ajustement » dans le calcul du prix final d'un vêtement, et ils sont de très loin inférieurs à la marge perçue par la marque et le distributeur.

²¹ Rapport *What she makes*, op.cit.



FOCUS SUR LES ÉCARTS DE SALAIRE ET LES NIVEAUX D'ENDETTEMENT DES TRAVAILLEUR.SES DU SECTEUR TEXTILE

issu du rapport *Made in Poverty* d'Oxfam Australie (publication : 2019)

Bangladesh

100%

des salaires des travailleur.ses interrogé.e.s se situent en dessous du salaire minimum défini par l'Asia Floor Wage et Global Living Wage Coalition.



9 PERSONNES SUR 10 pensent que leurs revenus ne sont pas ou partiellement suffisants pour répondre à leurs besoins.



87% des travailleur.ses interrogé.e.s contractent un crédit et 56% achètent des biens du quotidien à crédit pour pallier leurs faibles revenus.



85% déclarent manquer d'argent à la fin de chaque mois.

Viêtnam

99%

des salaires des travailleurs textiles interrogé.e.s se situent en dessous du salaire minimum défini par l'Asia Floor Wage



7 PERSONNES SUR 10 pensent que leurs revenus ne sont pas ou partiellement suffisants pour répondre à leurs besoins.

27% n'ont vu aucun changement dans les salaires et 5% ont vu leurs salaires diminuer au cours de l'année précédant la sortie du rapport *Made in Poverty* (2019).



37% des travailleurs.ses se voient obligé.e.s d'emprunter de l'argent à leurs ami.e.s ou familles pour pallier leur manque de revenus.



28% déclarent que leur salaire n'est pas suffisant pour couvrir les besoins de leur famille pour le mois.



FOCUS SUR LES CONDITIONS DE LOGEMENT

issu du rapport *Made in Poverty* d'Oxfam Australie (2019)

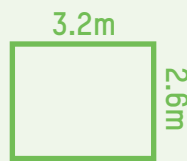
Bangladesh



SURPEUPLEMENT

Nombre de travailleur.ses vivant dans une pièce :  (3)

Taille moyenne de la pièce de vie :



Comparé à la taille moyenne d'une maison en Australie :


189,8M²



CONDITIONS DE VIE

 **96%** des personnes interrogées vivent dans une maison en location.

96% des travailleur.ses ont signalé une augmentation de leur loyer l'année précédant la parution du rapport *Made in Poverty*, mais seulement 64% d'entre elles et eux ont vu leur salaire augmenter sur cette même période.

 **58%** des maisons fuient lorsqu'il pleut.



76% ne possèdent pas d'eau courante à l'intérieur des habitations.

Nombre moyen de personnes qui partagent la même source d'eau.



Viêtnam



23%

des travailleur.ses interrogé.e.s vivent dans une habitation semi-permanente ou temporaire.



44%

ont déclaré qu'ils ne sont pas sur.e.s de la qualité de l'eau qu'ils utilisent au sein de leurs foyers.



67%

des travailleur.ses possèdent leur propre maison.

Décomposition du prix d'un t-shirt



Ainsi, sur le prix de vente d'un t-shirt à 29€²², 68% sont dédiés à la marge de la marque et du magasin. La marge de l'usine au Bangladesh, elle, est de 4%. Le salaire de l'ouvrier.e ne représente que 0.6% de ce prix final.

TRAVAIL FORCÉ ET ESCLAVAGE MODERNE

Le travail forcé et le travail des enfants sont répandus dans les chaînes d'approvisionnement du textile, des pratiques assimilées à de l'esclavage moderne dont l'industrie de la mode serait l'un des plus importants contributeurs. Selon l'Organisation mondiale de la santé, 15% des enfants âgés de 6 à 14 ans issus des bidonvilles de Dakha, au Bangladesh, exercent un travail à temps plein dans l'industrie textile. Passés 14 ans, cette proportion passe à 50%. Déscolarisés, ces enfants travaillent parfois 64 heures par semaine pour 30 euros par mois.

²² Source : FairWear Foundation

La surexploitation des femmes

On compte 60 millions de femmes qui travaillent au sein de l'industrie textile dans le monde, avec un volume horaire journalier moyen de 12 heures. Il s'agit en majorité de jeunes femmes qui occupent souvent les emplois les plus précaires et les moins bien rémunérés. Elles sont donc particulièrement vulnérables aux abus sur leur lieu de travail, courants dans les chaînes d'approvisionnement de la mode. Selon le rapport *Made in Poverty*, 88% des travailleur.se.s interrogé.e.s au Bangladesh subissent régulièrement des abus verbaux ; 28% de ces ouvrier.e.s déclarent avoir été abusé.e.s sexuellement sur leur lieu de travail.

Une précarité accentuée par la pandémie de COVID-19

Au-delà du Bangladesh, la pandémie de Covid-19 a mis en lumière la vulnérabilité des travailleur.se.s du secteur dans le monde. Entre licenciements massifs et coupes de salaires en raison de la chute des ventes d'habillement et des annulations de commandes, pour les seuls trois premiers mois de la pandémie, ce sont entre 2,7 et 4,9 milliards d'euros de salaires impayés qui leur sont dus, d'après le rapport *Underpaid in Pandemics* de la Clean Clothes Campaign.

Tel est l'envers du décor de la mode : des situations de grande précarité vécues par des millions de travailleur.se.s de l'industrie du vêtement. Des inégalités qui sont perpétuées par tout un modèle économique.

2. La lutte contre les dérives de la fast fashion : état des lieux

2.1. Le rôle crucial des associations



Une femme travaille sur une chaîne de production de manteaux d'hiver pour une marque internationale, au sein d'une usine de la province de Dong Nai, au Vietnam.

© Sam Tarling/Oxfam

Depuis de nombreuses années, des organisations de la société civile (ONG, syndicats, associations de consommateurs...) se mobilisent contre les dérives de la fast fashion et pour la mise en place de pratiques vertueuses dans l'industrie textile, qui respectent à la fois l'environnement et les droits humains. Publications de rapports, campagnes de mobilisation citoyenne, pressions sur les entreprises, interpellations des décideur.ses politiques : ces différents mouvements ont fait bouger les lignes et permis d'obtenir des avancées concrètes.



Le Collectif Éthique sur l'Étiquette (ESE)

Créé en 1995, le Collectif Éthique sur l'Étiquette regroupe des associations de solidarité internationale, des syndicats, des collectivités locales, des mouvements de consommateurs et des associations d'éducation populaire. À partir d'informations fournies par ses partenaires du Sud, le collectif mène des campagnes de sensibilisation de l'opinion publique et fait pression sur les entreprises pour les amener à prendre des mesures garantissant le respect des droits humains au travail, tout au long de leurs chaînes de production. Éthique sur l'Étiquette mène des actions de plaidoyer qui visent à interpeller les pouvoirs publics pour qu'ils fassent évoluer la loi en renforçant le cadre national et international relatif à l'activité des multinationales. L'association agit enfin en faveur de la reconnaissance du droit à l'information des consommateur.rices sur la qualité sociale de leurs achats. Oxfam France est membre fondateur de ce collectif qui vise à « mondialiser les droits humains au travail ».



Fashion Revolution

Originaire du Royaume-Uni, initiatrice du mouvement #WhoMadeMyClothes sur Instagram, Fashion Revolution est une organisation à échelle mondiale, née en 2013 après le drame du Rana Plaza. Elle est aujourd'hui l'un des plus grands mouvements d'activisme de la mode et réunit des centaines de personnes dans plus de 50 pays. Son objectif est d'influencer l'industrie mondiale de la mode afin qu'elle soit plus juste et plus équitable pour les travailleur.ses du textile, en exigeant une plus grande transparence et une plus grande responsabilité de la part des grandes marques et en sensibilisant le public à la façon dont nos vêtements sont produits, achetés et consommés. Elle organise notamment la Fashion Revolution Week, semaine mondiale d'actions rythmée par des événements qui se déroulent en ligne et hors ligne dans le monde entier. Oxfam France participe à cette semaine thématique depuis 2021.



La campagne *Clean Clothes*

La Clean Clothes Campaign (CCC) est un réseau mondial créé en 1989 : il veille à ce que les droits fondamentaux des travailleur.ses de l'habillement soient respectés. Pour atteindre cet objectif, la CCC informe et mobilise les consommateur.rices, fait pression auprès des entreprises et des gouvernements et offre un soutien direct aux travailleur.ses qui défendent leurs droits et exigent de meilleures conditions de travail. Le réseau réunit des syndicats et des ONG afin de couvrir un large éventail de points de vue et d'intérêts tels que les droits des femmes, la défense des consommateur.rices, la réduction de la pauvreté, des salaires décents ou encore des chaînes d'approvisionnement transparentes. L'efficacité de son action réside dans sa capacité à identifier les problèmes locaux et à les transformer en actions mondiales en développant des stratégies de campagne pour aider les travailleurs à atteindre leurs objectifs.

L'ASIA FLOOR WAGE : UNE STRATÉGIE COMMUNE POUR EXIGER UN SALAIRE DÉCENT

Le réseau Clean Clothes Campaign, dont Ethique sur l'étiquette fait partie, est membre de l'Asia Floor Wage Alliance (AFWA). Créée en 2009, l'AFWA regroupe plusieurs dizaines d'organisations issues de 17 pays d'Asie, d'Europe et d'Amérique du Nord. L'objectif : promouvoir auprès des États producteurs et des multinationales, la mise en œuvre d'un salaire vital dans l'industrie textile en Asie, c'est-à-dire le salaire que doit recevoir un.e travailleur.se asiatique pour subvenir à ses besoins fondamentaux et à ceux de sa famille.

Le travail de la confédération Oxfam

Oxfam s'engage depuis des années sur les questions liées aux impacts de la mode, grâce au travail de plusieurs pays affiliés de la confédération. Oxfam Australie notamment, avec son importante campagne *What She Makes* lancée en 2017, dénonce à travers plusieurs rapports le fait que de nombreuses marques de mode maintiennent les femmes qui fabriquent leurs vêtements dans des situations de grande pauvreté. Oxfam Magasins du monde, en Belgique, propose également de nombreuses ressources sur [les inégalités dans le monde](#) de la mode et sur la slow fashion. Enfin, le défi Second Hand September, lancé en 2019, propose de s'engager à consommer uniquement de la seconde main pendant 30 jours en septembre.

Festival de Glastonbury durant le Second Hand September.
© Sam Bagette/Oxfam



2.2. Des entreprises qui se mobilisent à différents degrés

Les marques de mode sont plus en plus questionnées par les consommateur.rices ; les conséquences sociales et environnementales de leurs pratiques commerciales sont exposées au grand jour par les organisations de la société civile. Elles ne peuvent plus rester indifférentes aux conditions dans lesquelles leurs produits sont fabriqués, et ne peuvent plus se permettre d'ignorer leurs obligations en matière de respect des droits humains et de responsabilité sociale.

Sous la pression des organisations de la société civile, des syndicats et craignant pour leur image, elles ont amorcé des changements, mais sont-ils réellement transformateurs ? Dans quelle mesure ne relèvent-ils pas dans certains cas de simples opérations de communication, voire d'un « bluff marketing » ? (selon l'expression du collectif Ethique sur l'étiquette)

De la transparence à la responsabilité

Dans le viseur des associations, entre autres objectifs, la question de la transparence : c'est-à-dire la nécessité d'obtenir de la part des entreprises du secteur des « informations et données crédibles, complètes et comparables sur les chaînes d'approvisionnement de la mode, sur les pratiques commerciales et l'impact de ces pratiques sur les travailleurs, les communautés et l'environnement »²³. Or, ces informations sont bien souvent absentes ou peu accessibles car non vérifiées, incomplètes ou axées uniquement sur les aspects positifs.

En outre, l'industrie de la fast fashion repose sur un système opaque et complexe qui fait intervenir une myriade de fournisseurs et de sous-traitants intervenant dans la fabrication des vêtements et que certaines entreprises ne connaissent parfois même pas.

La plupart des grandes entreprises se sont certes dotées de codes de conduite et mènent des audits sociaux, mais ces pratiques sont loin d'être suffisantes. Les codes de conduite vont rarement au-delà de la réglementation nationale et internationale en vigueur. Ils restent souvent de simples déclarations d'intention et occultent régulièrement l'absence de la liberté syndicale. Quant aux audits, ils sont souvent commandités par les marques et les enseignes elles-mêmes. Rarement inopinés, ils sont généralement moins efficaces et souvent considérés comme biaisés.

Oxfam demande également aux multinationales du secteur une transparence totale sur les niveaux de salaire dans chaque pays d'opération, par quartiles, et par genre, avec une comparaison aux niveaux de salaires décent/vitaux. Cette simple mesure de transparence permettrait de réellement scruter les pratiques du secteur.

Une plus grande transparence n'est pas une garantie du respect des droits humains et de la protection de l'environnement, mais elle est un moyen de demander des comptes aux entreprises sur la base d'un examen beaucoup plus minutieux de leurs pratiques et conditions de production. C'est une première étape nécessaire pour identifier et combattre les abus observés le long des chaînes d'approvisionnement de la mode et pour que les entreprises adoptent des pratiques plus respectueuses de l'environnement et des droits humains. Il faut toutefois aller plus loin, et imposer des obligations substantielles aux entreprises du secteur.

²³ Fashion Revolution, *Pourquoi avons-nous toujours besoin d'une Fashion Revolution ?*, livre blanc, 2020

Des engagements internationaux non contraignants

Au-delà de leurs engagements en matière de transparence, les entreprises du textile ont aussi été contraintes d'admettre leur responsabilité vis-à-vis de la crise climatique. En réponse à l'énorme impact environnemental de leurs activités, 43 grands groupes de l'industrie de la mode ont signé, en 2018, la Charte de l'Industrie de la mode pour le climat. Sous le parrainage de la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques, cette charte vise une réduction de 30% des émissions de gaz à effet de serre du secteur d'ici à 2030, premier pas vers la neutralité carbone en 2050.

Dans la même veine, 30 groupes représentant près de 150 marques du secteur ont signé en août 2019, à l'occasion du G7 de Biarritz en France, le « Fashion Pact » qui pose une série d'engagements volontaires en matière de climat, de biodiversité et de protection des océans : réduire d'ici 2050 les émissions carbone, atteindre 100 % d'énergies renouvelables en 2030 et bannir le plastique des emballages en 2030. De nature purement incitative, il n'inclut toutefois pas de mécanisme formel de sanctions autres que réputationnelles, notamment via le « name and shame » de la société civile et les réseaux sociaux.

Ici se situe sans doute la limite des démarches généralement adoptées par les grandes marques du secteur en matière de durabilité environnementale et sociale : leur caractère essentiellement volontaire, qui leur permet de perpétuer leur modèle économique tout en communiquant un maximum sur leurs engagements.

2.3. Des lois partout dans le monde pour renforcer la responsabilité des multinationales



Photo du rapport d'Oxfam Australia *What she makes*. Shima est en train de coudre chez elle. Son très bas salaire et ses problèmes de santé l'ont plongée dans une situation d'endettement importante. © Fabeha Monir/Oxfam AUS

Les engagements tels que la Charte pour le climat ou le Fashion Pact continuent de se fonder sur des approches floues, peu ambitieuses, volontaires et non contraignantes, telles que la responsabilité sociale des entreprises qui montre ses limites lorsqu'on a affaire aux pratiques des multinationales de la mode.

En délocalisant leur production, celles-ci s'affranchissent d'un certain nombre de règles et déclinent toute responsabilité vis-à-vis des violations de droits commises par leurs filiales et sous-traitants à l'étranger. Ces derniers sont considérés comme des entités autonomes de la maison-mère, qui, elle, bénéficie ainsi d'une impunité quasi-totale, ce qu'a montré le drame du Rana Plaza. Or c'est bien à ce niveau que les décisions stratégiques sont prises, impactant les droits des travailleurs dans les pays d'opérations.

Faute d'un cadre réglementaire international, ces sociétés échappent encore souvent au contrôle de l'État. Mais un certain nombre de normes et de lois, aux niveaux national, européen ou international ont été adoptées ou sont en cours d'adoption, pour encadrer leurs pratiques et les rendre responsables des impacts sociaux et environnementaux que causent leurs activités à l'international, et l'activité de leurs chaînes de sous-traitance.

En 2011, les **Principes Directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme** ouvraient une première brèche en établissant que les entreprises ont une obligation de respect des droits humains, et doivent mettre en œuvre des procédures pour identifier, prévenir ou remédier aux violations de ces droits, ainsi que de réparer les atteintes.

L'Accord sur les incendies et la sécurité des bâtiments au Bangladesh (*Bangladesh Accord on Building and Fire Safety*) a été négocié et signé en 2013 pour inspecter et résoudre les problèmes de sécurité dans les usines de confection à la suite de la catastrophe du Rana Plaza. L'accord, juridiquement contraignant, a réuni l'Organisation internationale du Travail des Nations Unies, des syndicats nationaux et internationaux, le gouvernement du Bangladesh et plus de 190 grandes marques de mode et détaillants. Depuis son adoption, 238 usines ont achevé les mises à niveau et près de 1 100 usines les ont presque terminées.

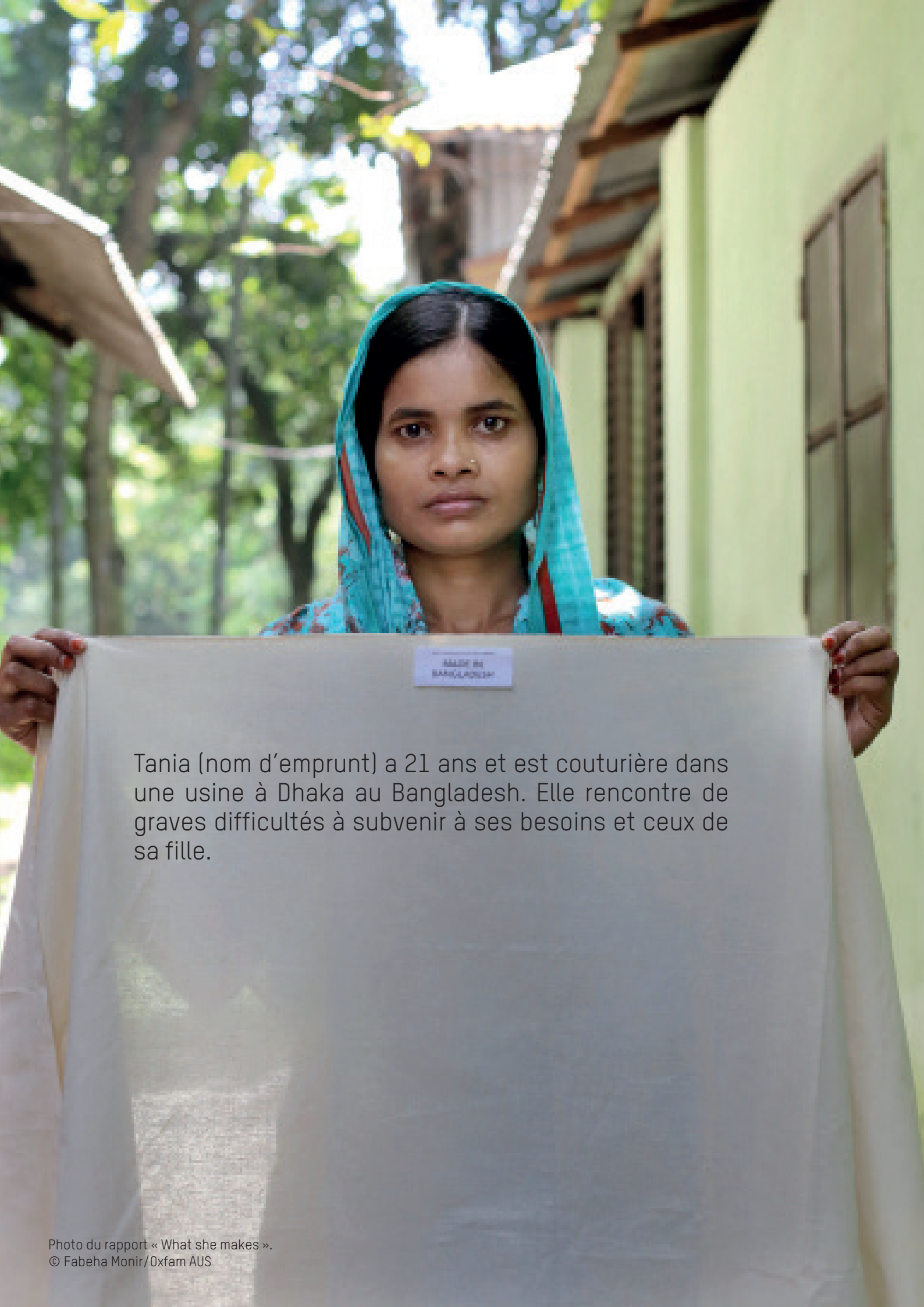
En 2015, **le gouvernement britannique** a adopté la **loi sur l'esclavage moderne** exigeant que toutes les entreprises réalisant un chiffre d'affaires de plus de 36 millions de livres sterling au Royaume-Uni publient une déclaration annuelle sur l'esclavage et la traite des êtres humains, qui décrit leur approche pour identifier et éliminer le travail forcé de leurs chaînes d'approvisionnement. Bien que la loi soit peu contraignante, elle met en lumière la question du travail forcé et a incité de nombreuses entreprises à divulguer pour la première fois des informations sur leurs pratiques commerciales et les structures de leur chaîne d'approvisionnement.

En 2018, **le gouvernement australien** a adopté sa propre **loi sur l'esclavage moderne** en s'appuyant sur la loi britannique. Elle oblige environ 3 000 entreprises à publier des déclarations annuelles similaires et a mis en place un registre public géré par le gouvernement pour ces déclarations. Comme dans la loi britannique, il n'y a ni pénalités pour les entreprises qui ne s'y conforment pas, ni surveillance indépendante. Ces deux lois représentent cependant un premier pas en avant dans la mise en œuvre de la responsabilité des entreprises de respecter les droits humains.

En 2019, **les Pays Bas** ont adopté [une loi obligeant les entreprises à examiner la question du travail des enfants dans leurs chaînes d'approvisionnement](#), et à prendre des mesures correctives le cas échéant.

Mais ce sont surtout les avancées législatives sur le **devoir de vigilance et de diligence raisonnable** en matière de respect des droits humains qui sont venues entamer l'impunité dont bénéficiaient jusqu'ici les multinationales de la mode.

La France a été pionnière sur ce plan, avec l'adoption, le 27 mars 2017, de la **loi relative au devoir de vigilance**. Portée par une coalition inédite d'ONG, de syndicats, de parlementaires, de juristes et d'autres experts, cette loi marque une avancée historique : elle impose aux grandes multinationales établies en France d'identifier et de prévenir, au sein de leurs filiales et de leurs chaînes d'approvisionnement, les atteintes aux droits humains, aux libertés fondamentales, à la santé et la sécurité des personnes ainsi qu'à l'environnement que peut causer leur activité, mais également celle de leurs filiales et de leurs sous-traitants et fournisseurs, en France comme à l'étranger. La responsabilité civile de l'entreprise peut être engagée en cas de manquement à ces nouvelles obligations, ce qui ouvre de nouvelles possibilités pour les victimes d'accéder à la justice et d'obtenir réparation, même si cette dernière étape demeure un parcours du combattant. Des travaux sur l'établissement d'un devoir de vigilance ont été lancés par la Commission Européenne au printemps 2020. Le parlement européen s'est prononcé en mars 2021 en faveur d'une législation sur le devoir de vigilance couvrant l'intégralité des chaînes d'approvisionnement. La proposition de la Commission devrait être publiée à l'automne.



FABEHA MONIR
BANGLADESH

Tania (nom d'emprunt) a 21 ans et est couturière dans une usine à Dhaka au Bangladesh. Elle rencontre de graves difficultés à subvenir à ses besoins et ceux de sa fille.

3. S'informer, consommer autrement, militer : le pouvoir citoyen pour changer le système en profondeur

« La durabilité n'est plus une question marginale dans la mode mais le défi et l'opportunité les plus déterminants de notre temps²⁴ »

3.1. La slow fashion, un premier contre-pouvoir

Bien que la *fast fashion* continue de proposer aux consommateur.rices toujours plus de vêtements à des prix très bas, plusieurs études et sondages récents révèlent que l'opinion publique s'intéresse de plus en plus aux impacts de l'industrie textile. Sous l'effet d'une couverture médiatique croissante et grâce aux campagnes de mobilisation qui se sont succédées ces dernières années, les consommateur.rices sont de plus en plus conscient.e.s des dommages sociaux et écologiques causés par l'industrie de la mode et se montrent préoccupé.e.s par des questions telles que les droits humains au travail et le rôle du secteur dans le changement climatique.

En 2018, le mouvement Fashion Revolution²⁵ s'est associé à la société d'études de marché Ipsos Mori pour mener une enquête auprès de 5 000 consommateur.rices âgé.e.s de 16 à 75 ans sur les cinq plus grands marchés européens. Plus d'une personne sur trois a déclaré tenir compte des impacts sociaux (38 %) et environnementaux (37 %) lors de l'achat de vêtements. La majorité des personnes interrogées (entre 70 et 80%) ont dit vouloir plus d'informations sur les vêtements qu'elles achètent : les noms des usines qui confectionnent les vêtements ; l'origine des matières premières ; des informations sur la responsabilité sociale et environnementale des marques.

72% des Français.es de 18-35 ans sont prêt.e.s à changer de marques pour celles qui s'engagent à respecter les droits humains et l'environnement. 40% d'entre elles et eux disent déjà moins acheter pour des raisons écoresponsables²⁶.

²⁴ Fashion Revolution, livre blanc, op.cit.

²⁵ Ibid.

²⁶ Clear Fashion, dossier de presse, avril 2021.

Cette prise de conscience croissante s'est accompagnée de l'émergence d'un nouveau mode de consommation et de production, fondé sur la volonté de développer une mode plus éthique et durable : la « *slow fashion* ». Circuits courts de production et de distribution, réemploi, promotion de la fabrication locale et/ou de chaîne de valeurs respectueuses des droits humains sont des éléments inhérents à cette nouvelle façon de penser la mode.

Dans la lignée du principe de la *slow food*, le concept de *slow fashion* vise à contrer un modèle de production de masse et standardisé, en mettant en avant la qualité des produits, la transparence de la chaîne de valeur, la diversité et la responsabilité de ses acteurs.

Pour la chercheuse et activiste anglaise Kate Fletcher²⁷, il s'agit d'un ensemble de pratiques qui célèbrent aussi la notion de plaisir, tout en prenant en compte les limites des ressources à notre disposition. Cela concerne tant le cycle de design, de production et de consommation d'un vêtement, que sa fin de vie.

La *slow fashion*, c'est une vision responsable, durable et transparente de la mode, qui promeut l'utilisation de matières premières respectueuses de l'environnement et des droits humains, le commerce équitable et la seconde main. C'est aussi un premier contre-pouvoir, qui représente une rupture avec les valeurs et objectifs de la *fast fashion*.

3.2. Consommer autrement : panel des alternatives pour une mode plus responsable

© Angelica Lorusso



²⁷ Kate Fletcher, "Slow Fashion: An Invitation for Systems Change", *Fashion Practice*, vol. 2, n°2, pp. 259–266

Face aux conséquences destructrices de la mode jetable, nous pouvons agir ensemble. Le modèle dominant dans l'industrie de la mode perpétue les inégalités et a des effets très néfastes sur l'environnement : un changement de paradigme est nécessaire. Le pouvoir citoyen peut s'exprimer dans nos choix de consommation et de nombreuses alternatives existent !

On peut ainsi choisir de consommer moins, mais mieux, en privilégiant des marques ou enseignes qui favorisent le réemploi, offrent une grande transparence sur leur chaîne de production, travaillent avec des matières respectueuses de l'environnement, garantissent des conditions de travail qui ne portent pas atteinte aux droits humains. Au-delà des acteurs qui proposent des produits neufs, la seconde main est également une option qui s'inscrit dans une démarche de *slow fashion* et d'économie circulaire.



VIDEO : [Oxfam Slow Fashion : la production du coton équitable et biologique](#)

Cette démarche éthique peut concerner les phases de conception (durabilité des matériaux, réduction des déchets), la production (conditions de travail respectueuses des droits humains, relations commerciales durables) mais aussi la consommation et l'utilisation (sensibilisation, entretien écologique, réparation, don...).

LA CROISSANCE DU MARCHÉ DE LA SECONDE MAIN

Aux Etats-Unis, le marché de la seconde main a connu une croissance 21 fois plus rapide que les autres types de vente de vêtements au cours des trois dernières années. Selon un rapport de la plateforme de seconde main ThredUp, ce marché, d'une valeur de 24 milliards de dollars en 2018, doublera d'ici 2023 pour atteindre 51 milliards de dollars et 84 milliards de dollars en 2030, alors que la fast fashion devrait atteindre 40 milliards de dollars²⁸.

S'informer avant d'acheter : labels et certifications

Pour les consommateurs, l'accès aux informations liées à la conception et à la fabrication d'un article est généralement compliqué. Si les grandes marques affichent bien souvent la composition des textiles et le lieu de production, il est difficile, voire impossible, de connaître les conditions de travail des ouvriers ou d'être certain.e qu'un vêtement a été fabriqué dans le respect de l'environnement.

La première étape est donc de s'informer grâce aux associations de lutte pour la défense des droits des travailleurs du textile et de l'environnement et de se mobiliser à leurs côtés. Connaître les labels propres à l'industrie de l'habillement peut être utile, mais il faut garder à l'esprit que la régulation des pratiques doit être priorisée. En effet, les certifications ne peuvent pas à elles seules renverser les déséquilibres de pouvoir, les inégalités et les violations des droits humains au travail présentes au sein des chaînes de valeur textiles. Il est intéressant cependant d'avoir connaissance des différents labels utilisés dans la mode. Petit tour d'horizon des principales certifications éthiques et équitables.



Fair Wear Foundation

La Fair Wear Foundation (FWF) est un standard créé à l'initiative de plusieurs parties prenantes, dont la Clean Clothes Campaign, des syndicats et des marques. Elle vise à offrir une garantie éthique et socialement responsable, en s'attaquant principalement aux conditions de travail dans les usines de confection (ex : absence de travail forcé, liberté syndicale). A travers des audits, des enquêtes et un système de plaintes, elle tente de responsabiliser les marques en les amenant à mieux contrôler leurs chaînes d'approvisionnement et à améliorer de manière globale et progressive les conditions de travail chez ses fournisseurs.

²⁸ Rapport *ThredUp*, juin 2021.



Fairtrade International

Le principal organisme certificateur du secteur équitable n'a longtemps couvert que l'étape de la production du coton dans les chaînes textiles, en y appliquant les mêmes critères que pour les autres matières premières agricoles, comme le prix minimum par exemple. Pour initier la construction de véritables chaînes équitables, Fairtrade a lancé en 2016 un nouveau standard textile qui ajoute une certification sur toutes les étapes postérieures, de l'égrenage du coton jusqu'à la confection. Le standard inclut des critères assez développés en matière de liberté d'association et de négociation collective, ainsi qu'un processus de transition en 6 ans vers un salaire vital.



Système de garantie WFTO

Le standard WFTO (World Fair Trade Organisation) a longtemps été la seule garantie équitable dans le secteur textile. À la différence d'autres systèmes, son principe est de fournir une garantie « organisation équitable » à des acteurs spécialisés à 100% dans le vêtement équitable ou biologique. Ces derniers se fournissent plus souvent auprès de collectifs organisés d'artisans que d'usines, tandis que la distribution se fait généralement au travers de réseaux. Le système de garantie WFTO n'est pas exempt de défauts mais il assure une forme de légitimité quant à la qualité sociale des produits.



Global Organics Textile Standard (GOTS)

Un principe essentiel de la certification GOTS est d'utiliser du coton biologique (sans engrais de synthèse, de pesticides chimiques, d'OGM, etc.) pour la fabrication des vêtements. Elle exige également le respect de critères sociaux et environnementaux sur les étapes ultérieures de transformation textile (filage, tissage, confection, etc.). Bien que relativement complet, ce standard se révèle moins complet sur les critères sociaux, entre autres du fait de sa spécialisation historique sur l'axe environnemental.



CLEAR
FASHION

CLEAR FASHION, L'APPLICATION QUI RÉVÈLE CE QUI SE CACHE DERRIÈRE NOS VÊTEMENTS

Grâce à un système qui permet de scanner les codes-barres des vêtements, l'application mobile Clear Fashion analyse et évalue les engagements de plusieurs centaines de marques de l'industrie du textile selon 4 thématiques : environnement, humain, santé, animaux. Plus de 150 critères d'impact sont pris en compte, mis au point à l'aide d'un comité d'expert.e.s. L'objectif principal est d'informer les consommateur.rices sur ces enjeux mais aussi de leur permettre d'agir et de soutenir les marques responsables.

De nouvelles marques veulent réinventer la mode

De nombreux.ses créateur.rices, stylistes indépendant.es ou PME s'inscrivant dans une démarche de mode responsable se sont multipliés ces dernières années, en France et à l'international. Cherchant à diminuer l'empreinte écologique de leur production, elles et ils utilisent des matières écoresponsables, issues de l'agriculture biologique ou recyclées, et des procédés de fabrication moins consommateurs de ressources naturelles. L'axe social est lui aussi primordial, afin que les chaînes de valeurs de ces marques respectent les droits humains.

Parmi ces marques, certaines font de l'upcycling, aussi appelé « surcyclage », c'est-à-dire le fait de récupérer des matériaux usagés pour les transformer et créer un produit de qualité supérieure, comme Les Récupérables. D'autres mettent l'accent sur une fabrication locale (France ou Europe) : c'est le cas des marques Hopaal ou encore Loom. D'autres encore ont fait le choix de la « mode collaborative » et utilisent un système de précommande qui limite la surconsommation, comme Atelier Unes.

La seconde main, entre économie circulaire et créativité

Une autre alternative s'inscrivant dans la logique de slow fashion est la seconde main. Plus d'un millier de magasins solidaires Oxfam à travers l'Europe offrent la possibilité de chiner des pièces données par les donateur.rices de l'association à travers le monde. D'autres acteurs associatifs ont également des boutiques sur le territoire français, comme la communauté Emmaüs ou encore La Croix Rouge. Au-delà du monde associatif, de nombreuses structures sont actives dans le secteur de la seconde main ; parfois rattachées au secteur de l'économie sociale et solidaire, elles contribuent à la promotion du réemploi.

Festival de Glastonbury durant le
Second hand September.
© Sam Bagette/Oxfam



De manière générale, la seconde main permet de défendre un modèle de consommation plus durable, de contrer concrètement le modèle de la *fast fashion* et ses conséquences sur l'environnement et les salarié.es des chaînes de production. L'équivalent d'une benne de vêtements²⁹ est jeté chaque seconde dans le monde : la seconde main permet au contraire d'inscrire la mode dans une logique de circularité.



[VIDEO : Seconde main et mode éthique vs fast fashion : vous avez rendez-vous avec les magasins Oxfam](#)

²⁹ Fondation Ellen MacArthur, op.cit.

Photo prise dans les Magasins Oxfam de Lille.

En France, [les six bouquineries et friperies d'Oxfam](#) proposent des livres et des vêtements de seconde main, à Lille, Paris et Strasbourg. La vente de ces articles finance les actions de plaidoyer, de mobilisation et de terrain d'Oxfam, à un niveau français et international. Ce mode de consommation plus durable et plus responsable est un véritable levier du pouvoir citoyen.



Au sein du magasin *Le Dressing* à Paris, Oxfam France offre également des produits neufs proposés par des marques de mode responsable qu'elle met en lumière. Par leur mode de production et le choix de leurs matières premières, ces marques valorisent les circuits courts, la transparence, le respect des travailleur.se.s et de l'environnement.

Pour combiner consommation responsable et mobilisation citoyenne, Oxfam a lancé en 2019 le **#SecondHandSeptember** : un défi qui consiste à consommer uniquement de la seconde main pendant 30 jours. Repris plus de 50 000 fois sur les réseaux sociaux en 2020, et vu par des dizaines de millions de personnes à travers le monde, le challenge a rapidement pris un essor international. La mode de demain sera seconde main !

3.3. La mobilisation citoyenne : notre meilleure arme pour aller plus loin

S'il est nécessaire de repenser notre consommation pour faire bouger les lignes, ce mode d'action est complémentaire de la mobilisation citoyenne. Pour changer le modèle prédateur de l'industrie de la mode, il faut également faire avancer les lois et la responsabilité des multinationales : pour cela, la pression de la société civile est notre meilleure arme.

Alertes multiples sur les conditions dans les chaînes de production du monde entier, adoption de la loi sur le devoir de vigilance, évolution en matière de transparence des enseignes : des avancées ont été obtenues grâce aux associations, collectifs et milliers de citoyen.ne.s qui militent à leurs côtés et qui refusent d'être complices des mauvaises pratiques des multinationales. Aujourd'hui, la mobilisation de la société civile est plus que jamais essentielle car la marge de progression reste énorme.

© Johny Joseph



Des changements nécessaires au sein de la gouvernance des multinationales

Si le devoir de vigilance est venu entamer l'impunité dont bénéficiaient jusqu'ici les multinationales du secteur de la mode, des changements demeurent encore nécessaires et il est temps d'adopter des mesures ambitieuses pour un changement radical vers un modèle d'entreprise plus juste.

En effet, ces entreprises conservent in fine une gouvernance orientée vers la maximisation des profits à destination de leurs actionnaires, ce qui ne modifie pas en profondeur le modèle malade de l'industrie de la *fast fashion*, qui conduit à un état de surproduction, à une incitation à la surconsommation, et à la violation des droits humains des travailleur.ses.

La majorité des entreprises de l'industrie de la mode « traditionnelle » continuent d'exiger la livraison de leurs commandes dans des délais toujours plus courts et à des prix toujours plus bas. En imposant ces pratiques d'achat irresponsables à leurs fournisseurs directs et sous-traitants indirects, elles les poussent à répercuter cette pression sur la rémunération des salarié.e.s, qui devient alors une variable d'ajustement dans les négociations.

Pour Oxfam, le devoir de vigilance doit donc aussi s'accompagner de changements dans la gouvernance des entreprises, qui ne peuvent plus seulement prioriser leurs actionnaires, mais également s'assurer que leur action s'inscrit entre un plancher social et les limites de la planète, garantissant le respect des droits humains fondamentaux, et notamment ceux des travailleur.ses, tout au long de leur chaîne de valeur.

Cela peut nécessiter des investissements conséquents, ou un réajustement des conditions contractuelles avec les sous-traitants, afin de s'assurer qu'en bout de chaîne, les travailleur.ses puissent vivre décemment. Les versements aux actionnaires doivent être moins priorités, et de manière globale, les entreprises doivent s'assurer que leur stratégie comporte un volet sur les salaires décents à tous les niveaux de la chaîne de valeur.

L'adoption du devoir de vigilance au niveau européen : un enjeu clé

Dépourvue d'un système de contrôle véritable, la loi sur le devoir de vigilance est mal appliquée en France et l'Etat ne joue pas son rôle pour s'assurer de sa mise en œuvre. Aujourd'hui, c'est aux ONG et aux syndicats qu'incombe la mission de s'assurer de la publication, du contenu et de la mise en œuvre de la loi, à défaut d'un vrai contrôle étatique. Ces structures continuent donc d'exiger du gouvernement français une amélioration du texte et de sa mise en œuvre.

A présent, c'est à la Commission européenne et au Conseil d'élaborer une directive suffisamment ambitieuse, instaurant un réel mécanisme de responsabilité et un accès des victimes à la justice, afin qu'elle protège réellement les droits fondamentaux et ne laisse pas les violations impunies.

Vers un Traité international sur les multinationales et les droits humains

Enfin, depuis 2015, de nombreuses organisations militent pour l'adoption à l'ONU d'un traité international sur le respect des droits humains au travail par les multinationales. L'effondrement du Rana Plaza a en effet démontré l'urgence d'un encadrement par le droit et d'une évolution des outils de régulation des multinationales à l'échelle internationale, les standards volontaires n'étant pas en mesure d'apporter une réponse suffisante pour prévenir les atteintes aux droits humains et à l'environnement.

En 2019, une large coalition de 200 organisations de la société civile issues de 16 pays de l'Union européenne, dont plus de 40 en France, a mené une grande campagne de mobilisation citoyenne intitulée "Des droits pour les peuples, des règles pour les multinationales". Elle exigeait des dirigeants de l'Union européenne une action forte pour mettre fin à l'impunité dont bénéficient les multinationales dans la mondialisation. Clôturée le 24 avril 2020, la pétition qui y était attachée a rassemblé plus de 840 000 signatures au niveau européen. Cette mobilisation ne doit pas faiblir afin que le processus d'adoption du Traité aboutisse et pour cela le soutien des citoyens et des sociétés civiles du monde entier demeure essentiel.

Usine textile au Sri Lanka
© Fernando Moleres/Oxfam





Manifestation de travailleur.ses
d'une usine textile dans les rues
de Narayanganj au Bangladesh
© Fernando Molerés/Intermón
Oxfam

Conclusion

Derrière les vêtements que nous portons se cache une industrie opaque et dangereuse. Une industrie responsable d'innombrables inégalités socio-économiques et de violations des droits humains à travers le monde. Une industrie qui repose sur l'exploitation des ressources naturelles et contribue à l'accélération de la crise climatique.

Le modèle dominant de la *fast fashion*, qui valorise la croissance économique et le profit avant tout, n'est pas soutenable. Il est temps de réécrire les règles de notre économie et d'apporter des changements profonds, structurels et systémiques à l'industrie de la mode.

Face aux écarts de richesses indécents et au non-respect de la dignité des travailleur.ses du secteur, face aux pollutions environnementales qu'il génère, nous pouvons et devons agir : en tant que citoyen.ne grâce à l'information et à la mobilisation, en tant que consommateur.rice en achetant moins et mieux. Huit ans après le drame du Rana Plaza, les avancées de la législation tout comme la multiplication des alternatives de consommation nous montrent qu'une révolution vers une mode éthique, responsable et durable est bel et bien possible. Et que nous pouvons toutes et tous y contribuer.



OXFAM

France

WWW.OXFAMFRANCE.ORG

Suivez-nous sur les réseaux sociaux

