

Dossier thématique : Textiles



Présentation du dossier

Nous avons voulu faire un dossier spécifique sur la production, la commercialisation et l'utilisation du textile -les vêtements- et les conséquences que notre mode de consommation a sur des populations du Sud et sur l'environnement. Les vêtements sont des produits tellement quotidiens, que nous ne nous arrêtons jamais à réfléchir sur leurs origines ni sur leur distribution, ni à ce qu'ils représentent pour nous, pour les producteurs, pour l'environnement.....et pourtant, ces produits ont une importance capitale pour nous tous.

Ce dossier veut attirer notre attention sur la manière de produire les vêtements, et sur ce que nous, citoyens du monde, pouvons faire pour qu'en consommant ce produit, on puisse rester solidaire avec d'autres peuples et raisonnable avec notre environnement.

1. Introduction :

Le rôle premier d'un vêtement est avant tout de nous protéger contre le froid, le chaud, la pluie, le vent Mais petit à petit le vêtement est devenu aussi un langage qui permet de projeter une image de soi, de ce que nous voulons être ou paraître, de notre position sociale, de notre culture. Suivant les événements de la journée, notre métier, la météo nous opterons pour tel ou tel habit. Il y a des codes à respecter. Mais que nous nous conformions à la mode ou que nous la rejetions nous sommes toutefois tous confrontés à l'industrie textile.

Le vêtement est aussi devenu un produit globalisé fabriqué à un bout de la terre et consommé à un autre avec des dérives sociales et environnementales. Il est temps de mesurer les conséquences de cet acte qu'est « acheter un vêtement » qui semble si anodin. Si nos choix sont souvent dictés par notre portefeuille plutôt que par la qualité des vêtements, les conséquences touchent plus que notre budget. Faire du shopping a un coût. Alors quel est le coût réel d'un vêtement ?

2. L'industrie textile en quelques chiffres.

- 130 milliards de pièces de vêtement sont produites chaque année
- Le chiffre d'affaires mondial était de 470 milliards d'euros en 2014
- 1/6 des personnes travaillent dans l'industrie textile dans le monde
- Les femmes actuelles ont 4 fois plus de vêtements dans leur dressing qu'en 1980
- Entre 2000 et 2014 le nombre de vêtements achetés par personne a augmenté de 60%
- Or c'est la deuxième industrie la plus polluante dans le monde après le pétrole
- L'industrie textile utilise 25% de tous les produits chimiques utilisés au niveau mondial
- Cependant un ménage belge jette en moyenne par an 12 kg de vêtements
- 0,18 euros est la part du salaire touché par une ouvrière sur un t-shirt vendu 29 euros

- 70% de notre garde-robe n'est pas ou à peine portée
- 4 millions de tonnes de vêtements sont jetés par an en Europe
- Le commerce mondial de vêtements usagés représente 4 milliards de dollars par an
-

Mais comment expliquer cette évolution, cette explosion de production, de consommation et de gaspillage ?

Un mot, un concept la « **fast fashion** »

La fast fashion c'est **une mode jetable**. Née dans les années 1990, suite à un concept mis en place par Benetton qui avait décidé de commander uniquement des pulls blancs afin de réaliser sa production rapidement en fonction des couleurs à la mode. La fast fashion a comme objectif de produire des vêtements le plus vite possible, le plus fréquemment possible, à des prix le plus bas possible selon les tendances vues dans les défilés, fini les collections été/printemps, automne/hiver. En moyenne, moins d'un mois se passe entre le moment de la conception du vêtement et son arrivée dans les magasins. Il faut répondre au plus vite aux tendances et à des prix abordables. On nous pousse à renouveler notre dressing tout le temps. C'est la mise en place d'une culture du « acheter, utiliser, jeter ». C'est une mode éphémère qui n'est pas sans conséquences.

3. Conséquences de la fast fashion aux différentes étapes de l'élaboration d'un vêtement.

3.1. Les grandes étapes de la fabrication d'un vêtement sont :

- La production de la matière première : des fibres au fil, à l'étoffe.
- La confection du vêtement : du dessin à la couture.
- La distribution : de l'atelier de confection au consommateur.

3.2. La production de la matière première.

- Pour produire de plus en plus de vêtements, il faut de plus en plus de matière première comme le coton. Or pour produire par exemple du coton, il faut de l'eau, soit 2700 litres pour produire un t-shirt. Or **l'eau** est une ressource qui risque de devenir de plus en plus rare. Cette culture du coton est responsable par exemple de la disparition d'une partie de la mer d'Aral, une véritable catastrophe écologique, économique et sociale.
- Le coton, c'est la matière première naturelle la plus utilisée dans le monde. Le coton est moyennement chaud, résistant et doux. Mais il en existe de différentes qualités

ce qui aura un impact sur le prix de vente et sur la qualité du produit fini. Avec la fast fashion, **la qualité** des vêtements a fortement diminué, c'est une sorte d'obsolescence programmée. Pour produire vite, il faut utiliser des tissus qui se produisent vite et qui sont souvent de moins grande qualité afin de proposer un article à moindre coût. Et votre vêtement sera plus vite usé et donc plus vite à remplacer d'où le slogan « acheter, utiliser (pas toujours), user, jeter ».

- Il y a aussi l'utilisation de pesticides, insecticides, engrais pour protéger et faire pousser les plants de coton. Tous ces produits ont des répercussions sur la santé des producteurs et des populations vivant à proximité de ces cultures. L'usage massif d'engrais et de pesticides est responsable de l'eutrophisation de l'eau c'est-à-dire une perte de la biodiversité. Tous ces produits se retrouvent après utilisation dans les rivières, cours d'eau, sols et même dans les nappes phréatiques. 70% des cours d'eau en Chine sont pollués par l'industrie textile.
- La fibre de coton est ensuite nettoyée, filée et le fil est alors transformé en tissu non fini. L'impact écologique dépend (puisque c'est une étape surtout mécanique) de l'énergie utilisée.
- Si on se penche sur les fibres synthétiques, fabriquées à partir de pétrole, le bilan n'est certes pas meilleur. En plus ces fibres seraient mauvaises pour notre santé. 70 millions de barils d'essence sont nécessaires pour la production de polyester chaque année.
- Il y a également les fibres artificielles formées à partir de matière naturelle (bois, bambou, maïs ...) mais qui doivent subir différents traitements chimiques pour devenir du textile. On abat ainsi des arbres afin de produire des fibres synthétiques comme la soie artificielle, la viscose ou la rayonne.
- Il y a aussi comme étape ce que l'on appelle l'ennoblissement textile, c'est-à-dire le traitement du tissu non fini et sa transformation en produit fini afin de lui donner certaines caractéristiques. Il y a deux types d'ennoblissement, d'une part mécanique comme le feutrage et d'autre part chimique : la teinture, le blanchiment, les apprêts pour rendre le tissu infroissable, imperméable..... . On utilise du chlore pour blanchir le coton au maximum. Et si on veut un coton teinté, on utilise des produits chimiques avec des métaux lourds pour les colorer et fixer les couleurs. Greenpeace après analyse de vêtement y a retrouvé du NPE, des phtalates qui seraient responsables de dysfonctionnements hormonaux et de reproduction. Des pays où la législation est moins contraignante utilisent des produits interdits en Europe par la norme REACH. Ces produits **sont toxiques** pour l'environnement, pour les personnes

qui les manipulent et pour les consommateurs qui portent les vêtements, affirme Françoise Minarro spécialiste du dossier pour Greenpeace. Greenpeace qui a lancé une campagne Detox dans l'industrie textile. Trois principes doivent être respectés par les entreprises : principe de précaution et de prévention, le droit d'information des populations vivant à proximité et l'élimination, il faut arrêter tous les rejets toxiques. Actuellement 15% de l'industrie textile ont signé la charte Detox de Greenpeace.

3.3. Du dessin à la couture.

- Soulignons **la perte de créativité**, car les grandes marques copient les créateurs, on recopie un modèle en ajoutant un détail ou l'autre pour ne pas être accusé de plagiat. On utilise toujours les mêmes patrons de robe, de jupe, de pantalon mais on change simplement le tissu, la couleur, les imprimés pour coller au mieux au diktat de la mode.
- Jusqu'aux années 1980, l'industrie textile était surtout présente dans les pays du nord. Suite à l'ouverture des frontières, à différents accords et à la mondialisation c'est la Chine qui est devenue le premier producteur et représente 33 % des exportations de textile dans le monde (44 % de celles en Europe). Les entreprises comparent les compétences » de chaque pays et puis vont s'installer là où les avantages sont les meilleurs pour elles. C'est ainsi que les grandes chaînes de mode peuvent **délocaliser** leur production en fonction des coûts de la main-d'œuvre. Ainsi, face à la hausse du salaire moyen en Chine depuis 2010, elles ont reporté leur commandes sur le Bangladesh (désormais trois fois moins cher que la Chine), le Pakistan ou le Vietnam. Le Bangladesh est devenu le n° 2 mondial. 70 % des vêtements achetés en Europe sont produits en Asie. Mais les pays du Maghreb et d'Europe de l'Est aussi ont la cote. Plus proches et pratiquant parfois des salaires plus faibles qu'en Chine, ils sont sollicités pour les commandes de mi-saison ou de réassort. En fabriquant les vêtements en Europe de l'Est, les grandes marques peuvent en plus coudre une étiquette « fabriqué en Europe » ce qui embellit leur image. Mais acheter made in Italy, made in France n'est toutefois pas un gage d'éthique. Connaissez-vous la Chinitaly ? « C'est une enclave de production chinoise localisée en Toscane qui profite à l'industrie italienne de la mode, mais qui crée aussi des tensions de plus en plus fortes, en exerçant une pression à la baisse sur les prix et les salaires dans tout le secteur »¹. Alors « made in Italy » ???
- Une des dernières conséquences et non des moindres : les conditions de travail inhumaines dans l'industrie textile. Tout le monde se souvient de ces images apocalyptiques de l'effondrement du Rana Plaza. Dans les éboulements on a retrouvé les étiquettes de nombreuses marques internationalement connues. Cette catastrophe nous montre que par souci de profit maximum, l'homme est considéré comme quotité négligeable. Des salaires extrêmement bas, des temps de travail longs, des conditions de sécurité scabreuses et un manque de législation pour les protéger. Si en Chine, on voit une amélioration depuis

¹ <https://www.publiceye.ch/fr/thematiques/vetements/salaire-vital/fabrique-en-europe/confection-italienne>

quelques années nous assistons à un phénomène de délocalisation. Car les leaders du prêt-à-porter veulent conserver leur marge et donc on va chercher une main-d'œuvre meilleur marché et plus docile ailleurs.

3.4. De la confection au consommateur

- Le fast fashion développe **un sentiment 'd'avoir' et non 'd'être'** où l'apparence prend le dessus sur la personnalité. Nous nous jugeons sur notre façon de nous habiller ².
- **Production de masse, consommation de masse** : les prix sont tellement attractifs que nous ne réfléchissons même plus lorsqu'on achète un vêtement. La culture « acheter, utiliser, user et encore des fois il n'est même pas porté, jeter » s'impose de plus en plus à nous. Les grandes enseignes du prêt-à-porter savent se rendre indispensables à force de marketing, omniprésence partout dans le monde, sur les réseaux sociaux et en proposant des nouveautés constamment et cela nous pousse à acheter de plus en plus souvent. Nous pousse à acheter des produits dont nous n'avons même pas besoin.
- Mais plus encore une conséquence se retrouve **dans l'uniformisation** de nos looks. Quel que soit l'endroit où on habite on retrouvera le même vêtement sur d'autres.
- S'il y a la production de la matière première, il y a également le transport car le vêtement est bien souvent produit à un endroit ou plusieurs endroits et livré et consommé ailleurs. Pour que le vêtement soit totalement assemblé il aura parcouru de nombreux km (plus ou moins 65000 pour un jeans). Qui dit transport, dit énergie, dit rejet de CO2 responsable du réchauffement climatique. Un cargo de transport de marchandise représente 50 millions de voitures.
- Et si on continue le parcours d'un vêtement il y a également le nettoyage et le séchage. Energie, utilisation d'eau, dispersion de détergent nocif dans la nature ...

En résumé, le coût ne se limite pas aux quelques euros que je sors de mon portefeuille pour l'acheter, il y a également le coût social et environnemental que nous devons prendre en considération et ce coût est extrêmement lourd.

4. Et après ? Donner une seconde vie à ses vêtements

Grâce à la fast fashion , nous avons nos garde-robe qui croulent sous les vêtements. De moindre qualité, ils sont plus vite usés et deviennent inmettables. Ou c'est simplement la

² <https://www.solenemartin.com/13-quest-ce-que-le-fast-fashion/>

mode qui condamne cette jupe, ce petit haut. Nous voulons être à la dernière mode, les imprimés ont changé et les couleurs aussi. Alors que faire de nos vêtements que nous ne voulons plus ? Différentes options s'offrent à nous : la poubelle (la moins bonne des solutions), les déposer dans une bulle textile, les vide-dressing, la prévention petit tour d'horizon des différentes possibilités.

4.1. La prévention

La prévention, c'est avant tout réfléchir avant un achat. Ils sont devenus la plupart du temps compulsifs. C'est pourquoi avant d'acheter, posons-nous les questions : avons-nous besoin réellement de cette nouvelle robe, pantalon ? N'avons-nous pas déjà quelque chose qui ressemble à cette veste dans notre dressing ? Quand allons-nous la mettre? Et dites-vous surtout que ne pas l'acheter c'est faire des économies qui nous permettront d'acheter mieux et de meilleure qualité et donc pour une plus longue durée de vie.

Et nous pouvons aussi :

- Quand c'est possible, opter pour le raccommodage, la transformation, la réparation ou la customisation et donc allonger la vie d'un vêtement.
- Acheter en seconde main, dans des vide-dressing, moins de vêtements neufs, c'est moins de pollution.
- Bien entretenir ses vêtements pour prolonger au maximum leur durée de vie.
- Echanger, troquer, louer, de nombreuses initiatives apparaissent afin de limiter les achats vestimentaires. Des bons plans mode green se développent de plus en plus.

4.2. Déposer dans les bulles textiles :

Déposer dans les bulles est un acte que nous associons la plupart du temps à un geste caritatif. On va distribuer ces vieux vêtements aux familles qui sont dans le besoin et en difficulté. Mais de très nombreuses autres raisons doivent aussi nous pousser à choisir cette option.

- Cela permet d'une part de réduire le nombre de déchets
- De préserver les ressources naturelles. On évite de produire des matières qui existent déjà
- Cela crée des emplois et surtout dans le secteur de l'économie sociale pour des personnes peu formées ou en réinsertion professionnelle, en Wallonie c'est plus ou moins 600 équivalent temps plein qui sont actifs dans cette filière de récupération.
- C'est également un soutien à l'innovation industrielle.

C'est bon pour l'économie, pour le social et l'environnemental.

Mais que deviennent ces vêtements qui sont déposés dans les bulles ?

4.3. Les différentes destinations de nos vieux vêtements

- Une partie que l'on appelle la crème sera vendue dans des magasins de seconde main des associations comme les « Petits Riens », « Oxfam », « Terre »... mais à petit prix. L'argent ainsi récolté pourra financer de nouveaux projets. En Belgique cela représente 5% des vêtements récoltés.
- Les vêtements qui n'ont rien mais un peu trop démodés seront exportés vers l'Afrique principalement soit 55%.
- Une partie sera recyclée en chiffons d'essuyage ou isolant soit 25%
- Le reste soit 15% constitue les déchets.

4.4. La seconde main, le vintage, nouvelle tendance mode ? Une solution pour une consommation responsable ? Quelles en sont les conséquences ?

Acheter seconde main, vintage, devrait logiquement représenter un acte de consommation responsable. Or comme dans toute idée il y a des dérives. Citons en quelques-unes

1. Le vintage c'est normalement bien de la seconde main. Si au début les adeptes du vintage étaient séduites par la qualité des tissus, de la confection, les grandes chaînes de prêt à porter, toujours à la recherche de nouveauté ont rapidement récupéré cette tendance pour en faire une nouvelle mode. De la seconde main neuf, ce n'est pas rare. Le vintage est devenu une nouvelle mode qui ne nous pousse plus à la réflexion sur nos façons de consommer.
2. Avec les récoltes organisées par les magasins, nous pensons être éthiques et nous nous déculpabilisons en offrant nos vieilles paires de chaussures, nos vieux jeans pour un bon d'achat. N'oublions pas que les magasins sous couvert de solidarité n'ont qu'un objectif, vendre, vendre, vendre. Alors arrêtons d'être dupe. Car ce bon d'achat va nous pousser bien évidemment à acheter et engorger nos garde-robes. Si nous pouvons nous réjouir de cette récupération de vêtements, nous devons nous poser la question, poser la question aux magasins sur le devenir de ces « dons ».
3. Le secteur du tri de vêtement est géré en Belgique par des entreprises d'économie sociale qui défendent les principes de développement social, économique et respectueux de l'environnement³. Mais de plus en plus des grandes chaînes récoltent des vieux vêtements qui sont traités à l'étranger principalement en Allemagne. Le risque est la fragilisation du secteur de

³ https://www.oxfammagasinsdumonde.be/blog/article_dossier/les-dessous-du-vetement-de-seconde-main/#.W_UXnjhKJIU

l'économie sociale ici en Belgique par la délocalisation de l'activité. Cela on ne vous le dit pas et nous pensons bien faire. N'oublions pas que ces grandes chaînes de prêt-à-porter cherchent avant tout les bénéfices. C'est une belle opération marketing.

4.5. L'exportation des fripes vers l'Afrique

Nos vêtements dont nous ne voulons plus prennent souvent le chemin vers l'Afrique. C'est une conséquence de notre surconsommation car il faut bien trouver une destination à tous ces vêtements dont nous nous débarrassons car plus à la mode, plus à notre goût. Au départ les pays africains étaient plutôt frileux par rapport à l'arrivée de ces ballots de vêtements mais avec la détérioration des termes de l'échange ils ont été vus comme une aubaine pour habiller les ménages aux revenus faibles. Ce marché de la seconde main connecte l'Afrique avec le mode de vie occidental et rend aussi l'Afrique dépendante. La situation est toutefois différente d'un pays à l'autre. De plus, que se passe-t-il avec tous ces vieux vêtements et non vendus en Afrique? On sait que dans les pays du « sud », il y a moins de collectes et de recyclage que dans les pays européens. Alors les invendus et vieux d'ici finissent-ils dans la nature là-bas? Cela ne revient-il pas à jeter ce dont nous ne voulons pas dans leurs décharges? Le marché africain est aussi de plus en plus envahi et concurrencé par les textiles chinois, bon marché. Le plus paradoxal dans cette aventure est que l'Afrique est un grand producteur de coton dont presque toute la production est exportée. Ces vêtements importés ne sont-ils pas un frein au développement d'une industrie textile en Afrique? L'Afrique peut-elle développer sa propre industrie textile? Pour cela des conditions sont indispensables: garder une partie de la production de coton, développer la formation, développer les infrastructures et avoir le soutien des institutions.

5. Le wax et l'industrie textile en Afrique

Le wax on en parle de plus en plus et fait partie des tissus qui ont le vent en poupe. Mais cet engouement a-t-il des effets positifs pour l'Afrique? Le wax, une opportunité pour l'Afrique?

Le wax n'est pas un produit historiquement africain. C'est un produit hybride, un tissu métissé. Il est à l'origine inspiré du batik indonésien (inscrit au patrimoine immatériel de l'Unesco). On utilise de la cire pour dessiner un motif sur le tissu avant de le teindre. La cire est ensuite enlevée à l'eau chaude. La cire empêche la couleur d'atteindre à cet endroit (réserve) et donc un motif apparaît sur le tissu. D'où le nom de wax qui signifie en anglais cire. Au milieu du 19^e siècle, les anglais et surtout les hollandais vont commencer à produire

du wax en industrialisant le processus afin de fabriquer le wax plus vite et moins cher. Ils le revendent entre autres en Indonésie. En Indonésie, les populations locales rejettent les imitations néerlandaises. D'autres pays asiatiques luttent contre les importations textiles comme Gandhi qui brandi le rouet comme symbole. Les ventes ne suivent pas c'est pourquoi Vlisco, firme hollandaise, se tourne vers l'Afrique et s'inspirent des motifs africains. Le succès est rapide. Au départ le wax est un produit de luxe. Puis dans les années 1959, il est popularisé par les « nanas Benz » surnommées ainsi car elles sont les premières à pouvoir se payer de grosses cylindrées européennes. Elles vont diffuser le wax un peu partout en Afrique. Ce tissu n'étant pas lié à une population africaine particulière, il se diffusera facilement un peu partout. Le tissu est aussi un outil de communication, les dessins, les couleurs Ont une signification selon les pays et les événements. Dans les années 1960, à l'aube des indépendances, des pays africains se mettent à produire du wax, beaucoup d'usines ont été maintenant rachetées et les quelques usines africaines qui subsistent sont contrôlées par des capitaux néerlandais. Depuis les années 1990-2000 les « Nanas Benz » et les productions locales sont concurrencées par le wax « made in China ». Actuellement la production chinoise représente 90% du marché du wax.⁴ Alors le wax symbole de l'identité africaine ? N'étouffe-t-il pas les vrais tissus africains ? Et pourtant il en existe de nombreux comme le bazin, le kente, le nolop, le kita Mais ceux-ci sont mis à l'ombre par le wax. Toutefois une nouvelle génération de créateurs fait souffler un vent nouveau dans la mode et le textile. Mais c'est toujours la même histoire entre l'offre et la demande.

6. Est-il possible de passer à une mode durable ?

Après l'effondrement du Rana plaza, tout le monde était choqué. Les consommateurs ont pris conscience des effets négatifs de la « fast fashion ». Plus jamais cela, entendait-on. Si les entreprises ont une part de responsabilité sur les conséquences sociales et environnementales de l'industrie textile, le consommateur a la sienne également. Car si nous sommes des victimes de la mode, nous sommes des victimes consentantes. Maintenant nous savons. De nouveaux termes apparaissent de plus en plus comme mode éthique, mode durable, slow fashion, mode écologique..... Comment s'y retrouver ? Comment devenir des consommateurs responsables ? Comment consommer moins et mieux ?

Il n'y a pas si longtemps la mode éthique n'avait pas bonne presse. Les produits de la mode éthique se reconnaissent souvent à leur ligne minimaliste et indémodable. Les pionniers de la mode éthique ont souvent proposé des vêtements austères. Or ce n'est pas contre la mode qu'il faut lutter mais contre l'hyperconsommation. Bonne nouvelle, ce temps semble révolu et on voit apparaître des marques éthiques qui ont du style, du peps et qui pensent également à l'esthétique du vêtement.

Alors comment consommer moins et mieux ? Comment concilier éthique et esthétique ?

⁴ <https://www.franceculture.fr/histoire/le-wax-itineraire-dappropriations-culturelles>

Un premier pas vers une bonne « conduite » est de s'informer et de mener une réflexion.

Quelques pistes :

1. La mode éthique c'est une mode qui s'inspire des principes du commerce équitable et est soucieuse des aspects sociaux et environnementaux à chaque étape de vie d'un produit, ici le vêtement. Il allie le social, l'environnemental mais aussi l'esthétique. Toutefois il n'y a pas de certification, de label à ce terme mode éthique.
2. La slow fashion : Ici il ne s'agit pas de grands groupes de prêt à porter mais plutôt de petits créateurs qui travaillent dans leur atelier en petite quantité.
3. Quand on pense développement durable, on pense presque directement à privilégier le local, le made in Belgium. Toutefois pour les vêtements ce réflexe est-il une garantie ? Il faut savoir qu'il n'y a pas d'obligation à donner l'origine géographique d'un vêtement. Et si c'est mentionné sur une étiquette c'est souvent une publicité. Car depuis le Rana Plaza il y a une véritable préoccupation éthique même si ce n'est pas encore très marqué dans les actes d'achat. Car oui le consommateur aime de plus en plus savoir l'origine des produits qu'il consomme. Le Made in Belgium veut dire tout au plus que le lieu de confection est en Belgique ou qu'une dernière transformation substantielle y a eu lieu. Mais qu'en est-il de l'origine des éléments qui le composent : tirette, boutons, fils, tissus ?
4. Si on veut consommer éthique, le prix peut déjà être un indicateur. Ainsi un T shirt à 7 euros doit nous interpeller. Si on compte le prix des matières premières, le coût de la confection, le prix du transport On se rend bien compte qu'il y a un souci. Toutefois un prix élevé n'est pas une garantie car on paye le prix du nom de la marque, le coût des campagnes publicitaires luxueuses. Le type de publicité utilisé est aussi très révélateur des intentions des entreprises.
5. Faire ses achats demande de l'anticipation. Car oui une première démarche consiste à s'informer. Actuellement il est de plus en plus facile de chercher de l'information afin de se construire une opinion. Mais aussi s'informer sur l'entreprise en allant sur son site. S'informer sur ses engagements sociaux et environnementaux. Vérifier si ce sont des véritables engagements ou juste des intentions, vérifier s'il y a une certification et laquelle ? etc. Mais cela demande de l'anticipation car quand on se trouve dans le magasin c'est trop tard. Chaque année, Greenpeace publie le podium detox avec les vainqueurs mais aussi les losers. D'autres organisations peuvent également nous aider dans nos recherches comme « Clean Clothes » ou « Fashion Revolution »

6. Pour nous aider rien de tel que les labels, petit tour d'horizon

Les labels à connaître

– Max Havelaar et WFTO (World Fair Trade Organization) permettent d'identifier les fibres produites selon les règles du commerce équitable. WFTO (World Fair Trade Organization) : le label du commerce équitable

World Fair Trade Organization (WFTO) est un label international composé de 350 structures de commerce équitable créé en 1989. Cette organisation permet dans un premier temps de créer des opportunités et d'améliorer les compétences afin d'aider les producteurs qui ont souvent un désavantage économique face aux gros producteurs et aux grandes industries textiles. Le label garantit des conditions commerciales justes pour les producteurs. Le label garantit aussi de meilleures conditions de travail avec l'interdiction du travail des enfants ou l'égalité homme-femme par exemple. Enfin, ces producteurs, doivent répondre également à des critères environnementaux néanmoins limités, interdiction d'OGM mais en ce qui concernent les pesticides on parle d'usage raisonné.

– ESR (Équitable Solidaire et Responsable) et Bio Équitable affichent une double exigence, à la fois écologique et sociale (agriculture biologique et commerce équitable).

– Oeko-Tex garantit que le tissu et l'encre utilisés ne présentent aucun danger pour l'humain et l'environnement.

– EKO se préoccupe du coton : de sa production, de sa transformation, à l'emballage de celui-ci suivant des critères écologiques mais aussi sociaux il est en train de disparaître au profit de GOTS

_ GOTS (global organic textile standard) est un label international créé en 2008. Il garantit la provenance biologique des fibres végétales comme le coton, le chanvre ou le lin, et les fibres animales comme la laine. De plus, ce label certifie le respect des normes de l'OIT (Organisme International du Travail) comme l'interdiction du travail forcé, du travail des enfants, d'une durée trop longue de travail... Il atteste également du respect de l'environnement durant toute la chaîne de production textile. Il interdit donc la présence et l'utilisation de produits toxiques, les substances cancérigènes, les fibres OGM ou les métaux lourds. Les produits certifiés GOTS doivent contenir :

70% à 95% de fibres biologiques

Maximum 10% de fibres artificielles ou synthétiques

Le label GOTS est le seul label à certifier les textiles biologiques selon plusieurs conditions : sociales, environnementales et sanitaires.⁵

– Demeter certifie que les fibres utilisées ont été produites en agriculture biodynamique.

– Ecolabel européen est un label européen qui évalue l'impact environnemental d'un produit tout au long de son cycle de vie en utilisant pas moins de 40 critères.

Catherine Verstraeten
Frères des Hommes

⁵ <https://comptoirdestisseurs.com/blog/mieux-comprendre-labels-textiles/>