

Le Monde

Pollution : la planète est devenue la première victime de l'industrie textile

Un secteur pollueur massif, gaspilleur de ressources, le tout accompagné de conditions de travail indignes, symbolise la mondialisation incontrôlée.

Par [Martine Valo](#)

Publié le 25 février 2020 à 11h43 - Mis à jour le 26 février 2020 à 09h11

« *Pas de mode sur une planète morte.* » Samedi 15 février, à Londres, les défilés de la Fashion Week ont rencontré les pancartes hostiles d'Extinction Rebellion. La colossale industrie du vêtement est devenue une des cibles récurrentes de ces militants écologistes.

Si pour beaucoup, il demeure synonyme de séduction et de créativité, le secteur fait, pour d'autres, de plus en plus figure d'emblème de la mondialisation incontrôlée, de pollueur massif, de gaspilleur de ressources naturelles, le tout accompagné de conditions de travail indignes. Au nom de la protection de l'environnement, le Conseil suédois de la mode avait déjà annulé la fashion week de Stockholm en juillet 2019.

La semaine de la mode féminine, qui se tient à Paris jusqu'au 3 mars, se présente sous de meilleurs auspices. Néanmoins, les entreprises françaises sont, elles aussi, amenées à réagir sous la pression grandissante des consommateurs, face à une planète qui donne des signes d'épuisement.

Article réservé à nos abonnés [Lire aussi « L'industrie textile est emblématique de tous les excès de la société de consommation »](#)

La « petite » robe et autre achat impulsif du même ordre relèvent de l'illusion : il n'y a rien de « petit » dans le textile, tout y est démesuré. Au moins 130 milliards de vêtements sont vendus chaque année pour habiller, très inégalement, 7,7 milliards d'individus. Or, cette industrie émet 2 % des émissions globales de gaz à effet de serre, davantage que les transports maritime et aérien réunis, selon des estimations de la Fondation Ellen MacArthur. Cette dernière a publié [un rapport qui a fait date en 2017](#), avec le soutien de la Fondation C&A, de H&M et de Nike.

L'effondrement du Rana Plaza, en avril 2013 au Bangladesh – qui avait causé la mort de 1 138 personnes parmi les travailleurs des ateliers de couture –, a été un révélateur. En France, il a conduit à l'adoption en 2017 d'une loi sur le devoir de vigilance des grands groupes vis-à-vis des pratiques sociales et environnementales de leurs fournisseurs. Chaque 24 avril, le mouvement Fashion Revolution commémore ce drame dans plus d'une centaine de pays, à coups de vide-dressing, de défilés de mode éthique et de cours de couture.

Article réservé à nos abonnés **Lire aussi Tiruppur, capitale indienne du tricot, tente de survivre à la pollution de ses teinturerie**s

Au rythme actuel, la filière pourrait peser plus du quart du budget carbone de la planète d'ici à 2050. Sous la poussée des nouvelles classes moyennes, la tendance mondiale s'envole. De surcroît, nous achetons et nous laissons de plus en plus vite (nos vêtements sont portés 36 % moins longtemps qu'il y a quinze ans). Dans le monde, chaque seconde, l'équivalent d'un camion de textiles atterrit dans une décharge ou un incinérateur.

Des milliards de tonnes de particules

La production a plus que doublé depuis l'an 2000, selon une estimation de l'ONG Greenpeace. Pour sa part, l'[Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie \(Ademe\)](#), dans son analyse de la *fast fashion*, la mode à durée de vie courte pour les marchés de masse, rapporte que le secteur consommerait 4 % de l'eau potable disponible sur Terre (derrière le blé et le riz) et polluerait un cinquième des eaux de surface. Les champs de coton conventionnels sont extrêmement dépendants de l'irrigation, au point d'avoir asséché la mer d'Aral en Asie centrale, le quatrième plus grand lac du monde jusqu'en 1960. Le coton est aussi très gourmand en pesticides (20 % de la consommation totale) et d'engrais (4 % de l'azote et du phosphore). Quant aux fibres synthétiques, qui représentent près des deux tiers des matières premières, elles viennent d'une ressource non renouvelable, le pétrole. Lorsqu'ils sont lavés ou mis en décharge, ces vêtements relâchent des centaines de milliards de tonnes de particules de Nylon, polyester, acrylique... qui finiront dans l'océan.

La production a l'impact le plus fort sur l'environnement, mais l'étape du tissage est également source de pollution. Les fabricants enduisent les fils de graisse ou de cire afin qu'ils se cassent moins dans les machines puis les lavent à grande eau. Toutes sortes de produits chimiques, métaux lourds, solvants chlorés, acides, entrant dans le traitement et la teinture des tissus, finissent, eux aussi, dans la nature. Il faut inclure encore les impacts du transport d'un pays à l'autre, des emballages, d'autres matières premières : latex, nacre, bambou, eucalyptus ou hêtre composant du Lyocell et de la viscose. Sans oublier les atteintes au bien-être des animaux qui fournissent la laine, le cuir, la fourrure, dont plusieurs grandes villes américaines, à l'instar de San Francisco, ont récemment interdit la vente.

Des problématiques finissent par se poser aux marques

Jusqu'à quand faudra-t-il consacrer des terres arables supplémentaires aux impératifs de la mode ? Toutes ces problématiques finissent par se poser aux marques. Certaines commencent à mesurer que dans leurs chaînes de valeur, les marges de progrès sont immenses. « *Nous avons réduit nos émissions de gaz à effet de serre de 36 % entre 2015 et 2018*, annonce, de son côté, Marie-Claire Daveu, directrice du développement durable de Kering (qui regroupe Saint Laurent, Gucci, Balenciaga et quelques autres). *En janvier 2017, nous nous sommes engagés à rendre notre approvisionnement en matières premières plus transparent. Nous en sommes à 88 % de traçabilité.* »

Au Grand Palais, à Paris, le 30 janvier, à l'occasion du salon ChangeNOW qu'il soutient, le groupe de luxe a livré un premier bilan de ses efforts, souvent accomplis avec des start-up ou des associations pour, par exemple, restaurer la forêt après une extraction d'or en Guyane ou

aider à lutter contre la désertification des steppes de Mongolie dévastées par des troupeaux de chèvres cachemires grâce à l'agroécologie. M^{me} Daveu compte beaucoup sur les mesures de compensation et sur l'innovation technologique pour atteindre des objectifs de développement durable aux « *premiers résultats déjà très prometteurs* ».

Réchauffement climatique, biodiversité, protection des océans : voilà les thèmes d'action du Fashion Pact préparé par François-Henri Pinault, PDG de Kering, à la demande d'Emmanuel Macron et présenté au G7 à Biarritz en août 2019. Une soixantaine d'entreprises représentant plus de 250 marques l'ont signé : Adidas, Carrefour, Chanel, Inditex (Zara), Kiabi, H&M, Ralph Lauren... Un premier bilan de leur travail est annoncé pour septembre.

« *On peut passer son temps à soupçonner de greenwashing les entreprises qui s'engagent, pourtant elles ont intérêt à ce que cela avance car les réactions des consommateurs sont déterminantes dans ce secteur* », défend-on au cabinet de Brune Poirson. La secrétaire d'Etat auprès de la ministre de la transition écologique a défendu cette coalition mondiale au dernier Forum de Davos : « *les chefs d'entreprise présents, tous concurrents, écarquillaient les yeux. Mais les consommateurs aussi commencent à ouvrir des yeux ronds devant le déferlement des collections renouvelées tous les quinze jours !* », dit-on à son cabinet. Le magazine *Vogue Italia* de janvier a décidé, au nom de l'environnement, de troquer ses photos de modèles prises dans toutes sortes de paradis exotiques par des illustrations plus économes.

« Faire de la France le laboratoire de la mode durable »

Brune Poirson, qui affirme vouloir « *faire de la France le laboratoire de la mode durable* », a fait inscrire dans la loi sur l'économie circulaire du 10 février, la lutte contre le gaspillage de produits non alimentaires. Le 11 février, elle réunissait les acteurs du textile pour leur présenter son projet d'affichage des critères environnementaux afin d'identifier les vêtements les plus responsables. Ce dernier fonctionne néanmoins sur la base du volontariat.

A l'inverse de la tendance mondiale, le marché est en recul en France depuis 2007, conséquence des difficultés économiques ou résultat d'une prise de conscience écologique ? « *La décroissance est déjà là* », juge Jean-Christophe Garbino, PDG du groupe qui chapeaute les principales enseignes détenues par la famille Mulliez (Pimkie, Brice, Jules). Selon l'Institut français de la mode, 42 % des Français ont déclaré avoir acquis moins de vêtements en 2019 que l'année précédente et presque autant (40 %) avaient alors opté pour de la mode de seconde main.