



L'éthique n'est pas à la mode

Et si nos vêtements puient la sueur ? Les délocalisations massives vers l'Asie génèrent des conditions de travail déplorables dans le textile et de lourdes nuisances environnementales. L'UFC-Que Choisir a enquêté sur la production des vêtements vendus par les principales enseignes spécialisées. Rien de glorieux.

Pendant qu'on se promène, l'en-lant, pour cinq francs la semaine, vient broder des survêts, pour l'homme blanc qui golfe en vêt-turette...» La chanson de Francis Cabrel *Sale temps sur la planète* ne résume malheureusement que trop bien la problématique de l'industrie textile. Au cours de ces dernières années, le prix des vêtements a chuté et le rythme des collections s'est accéléré. Neuf associations de consommateurs européennes, dont l'UFC-Que Choisir⁽¹⁾, ont souhaité en savoir plus sur les conditions sociales et environnementales de production des vêtements commercialisés par trente-cinq enseignes spécialisées, implantées en Europe. Toutes ces marques, dont treize sont très présentes en France⁽²⁾, sont des groupes sans usines qui ont recours à des fournisseurs de pays émergents. L'analyse de leurs rapports de développement durable, comme des politiques qu'elles ont mises en place pour garantir des conditions morales de production chez leurs sous-traitants (visites et audits d'usines, partenariats avec des ONG, référencement de produits équitables et/ou bio, etc.), se révèle accablante. Ce que ne conteste d'ailleurs pas la profession: «Avec la sous-traitance en cascade, il est très difficile d'avoir une traçabilité

totale sur les conditions de production. Nous sommes sur un secteur très concurrentiel, ce qui limite les possibilités d'action collective, comme la mise en commun d'une base de données de fournisseurs honnêtes», concède Lucien Odier, président de la Fédération des enseignes de l'habillement.

Salaires de misère et semaines de 80 heures

Au Pakistan, le salaire horaire culmine à 17 centimes d'euro et la semaine de travail à 80 heures, dans de piètres Conditions d'hygiène. Le travail des enfants y est toujours possible. Les brimades et les entraves à la liberté syndicale sont récurrentes. Eh outre, l'utilisation de produits chimiques pour le traitement du coton conduit à de véritables désastres écologiques et sanitaires. Dans cette vaste étude, seules les enseignes H&M et, dans une moindre mesure, Mango et C&A sortent du lot, grâce à des politiques volontaristes d'éradication des mauvaises pratiques. À l'opposé, Benetton, Kiabi, Kookaï et la Halle aux vêtements ne s'impliquent guère. «Nous avons une charte éthique à l'échelle du groupe Vwarte, mais nous sommes une petite société. Nos commandes excèdent rarement les mille pièces. Nous avons peu d'influence ->

Prêt-à-porter
La culture intensive du coton
entraîne toute une série de maux éco-

sur nos fournisseurs», reconnaît la direction
qualité de Kookai...Tandis que Kiabi et la



logiques, sanitaires et sociaux, tel le
travail des enfants.

Halle aux vêtements n'ont pas daigné répondre à nos questions, Benetton a admis que les valeurs humanistes, qui font pourtant le succès de ses campagnes publicitaires, ne sont pas intégrées aux relations avec ses usines. Quant à Mexx, on se souvient que son fournisseur turc Metraco a, avec l'appui de la police locale, forcé des syndicalistes gênants à démissionner ou à avouer des fautes qu'ils n'avaient jamais commises.

Les consommateurs, levier du changement

Bien loin de ces tristes pratiques, la manière d'agir d'H&M mérite d'être saluée. La marque diligente en effet quelque 1500 audits par an chez ses fournisseurs, met au point des plans correctifs avec des organismes indépendants et rend publique la liste de ses sites de production.* Nous avons cinquante auditeurs formés à la responsabilité sociale et environnementale. Ils effectuent des visites d'usines, accompagnent le fournisseur pour mettre en place les changements nécessaires *, explique la direction suédoise du groupe. C'est la multiplication et, surtout; la complémentarité des actions développées par l'enseigne qui garantit l'efficacité de sa politique. Et son exemple est riche d'enseignement: le distributeur avait été épinglé en 1997 dans un reportage sur le travail des enfants! Les efforts déployés depuis, au même titre que ceux de Nike ou de Gap, démontrent que seule la sensibilisation de l'opinion publique permet de faire bouger les choses. Si la majorité des autres enseignes étudiées sont très loin du volontarisme d'H&M, la moitié affiche de timides initiatives. Les Galeries Lafayette ont organisé une vingtaine d'audits en 2006 et Celio distribue quelques produits étiquetés commerce équitable. Promod.Zara

et Mango ont signé avec leurs sous-traitants des chartes qui reprennent les préconisations de l'Organisation internationale du travail (OIT). Fait recentres plus dynamiques commencent à se donner les moyens de les faire respecter. «Nous avons environ 750 fournisseurs, avec lesquels nous signons une charte éthique. Nous travaillons depuis trois ans avec une société spécialisée dans les audits sociaux, pour contrôler le respect de nos règles», souligne Régis Vroman, responsable des achats chez Promod. D'autres, tels Celio et Esprit, ont signé des codes de conduite, à l'instar de ceux du système de surveillance européen BSCI lancé en 2003. «Depuis que nous avons intégré cette charte, toutes nos commandes doivent être validées par le service qualité. Nous avons refusé un fournisseur pakistanais qui ne donnait pas de garanties sociales suffisantes et nous faisons des audits, même si tout cela est très contraignant pour nous», déclare Caroline Robert chez Celio.

Bilan écologique désastreux

Emploi de pesticides, recours aux dissolvants aromatiques, aux métaux lourds, aux produits chimiques chlorés pour la fabrication des vêtements...la liste des substances toxiques utilisées dans le secteur s'est considérablement allongée ces dernières années. L'entrée en vigueur de la circulaire européenne Reach, en juin dernier, devrait permettre de mieux appréhender les risques, notamment de cancers ou d'allergies graves, de certaines d'entre elles. D'autres, comme les teintures azotées, ont été récemment interdites. Néanmoins, les moyens manquent pour garantir un contrôle efficace des produits d'exportation, notamment chinois. Une des toutes premières mesures à prendre serait de réduire drastiquement l'utilisation du coton de culture intensive, qui conduit à des catastrophes environnementales. Un kilo de coton consomme 150 litres d'eau, auxquels il faut encore ajouter 25 litres pour la fabrication d'un T-shirt! Cette culture du coton a des conséquences dramatiques, telle la disparition de la mer d'Aral, en Ouzbékistan. Le désastre écologique y est sans précédent. La pollution des eaux touche quelque cinq millions de personnes et provoque des épidémies de tuberculose, des maladies rénales. Au niveau mondial, entre 25 et 77 millions d'ouvriers agricoles souffriraient d'empoisonnement aigu lié à cette culture. Mais, selon l'université de Cambridge, les fibres synthétiques à base de matières pétrochimiques son! encore plus néfastes pour l'environnement C'est l'exemple du Nylon, dont la productior

FABRICATION

Le voyage au long cours de la chemise américaine

Voici l'exemple parfait de la « facture énergétique » générée par une chemise vendue chez un détaillant américain et estampillée « made in China ». Le coton est produit au Pakistan, puis filé et tissé en Malaisie, tandis que le col et les manchettes sont réalisés pour partie au Japon. Ensuite, le tout reprend le bateau pour la Chine, où les pièces sont cousues entre elles, les boutons posés, les finitions achevées. Enfin, le vêtement traverse l'océan Pacifique pour rejoindre l'armoire de la ménagère américaine...

créé une dose très importante de gaz à effet de serre. Enfin, l'usage de certains colorants, qui demeure très mal évalué, peut se révéler dangereux pour la santé des consommateurs qui portent leurs vêtements à même la peau^w. Restent les matières plus respectueuses de l'environnement comme le coton bio, également appelé organique, produit sans pesticides ni engrais chimiques, ou le chanvre, dont l'empreinte écologique est inférieure de moitié aux tissus classiques. Mais la production est insuffisante pour satisfaire la demande et le prix reste prohibitif. Du coup, les articles labélisés Bio sont encore très peu référencés par les enseignes visitées. C&A a lancé en septembre sa marque baptisée Bio Cotton mais uniquement dans vingt de ses points de vente. Les T-shirts Bio Re, promus par les Galerie Lafayette sous leur marque propre, sont pratiquement introuvables. Et chez H&M, un seul magasin disposait d'un T-shirt en coton organique, alors que le groupe a sorti une collection complète en mars dernier. Les articles issus du commerce équitable ne sont pas mieux lotis. Lors de nos nombreuses inspections, seule une pile de jeans estampillés Max Havelaar a été dénichée par nos enquêteurs. Précisons d'ailleurs que la part équitable ne concerne que le seul prix du coton et non la confection du pantalon (couture, teinture, etc.).

Priorité au moindre coût

Le développement des articles labélisés est Tune des pistes préconisées pour moraliser le marché du textile. Mais ces valeurs restent contradictoires avec les pressions sur les délais et sur les prix qu'exercent les enseignes sur les usines. Pour concilier ces exigences contraires, les sous-traitants, notamment chinois, n'ont pas leur pareil pour tromper les auditeurs les plus aguerris. ** Certains sous-traitants ont des sites de production "modèle" qu'ils font visiter aux auditeurs, mais la plus grande partie de leur fabrication se hit ailleurs, parfois juste à côté et dans des conditions qui n'ont rien à voir avec celles de la vitrine proprete*», affirme Martine Combemale, ancienne conseillère à la Maison-Blanche sur le droit des enfants et présidente de DRH sans frontière, ONG spécialisée dans l'accompagnement des entreprises à la mise en place d'une politique de développement durable. Le poids des directions «développement durable», quand elles existent, est dérisoire par rapport à celui des services achats, qui cherchent avant tout à abaisser les coûts. Les fournisseurs comprennent vite la hiérarchie des priorités... En outre, quand les articles sont produits à praxi-



La Grande Distribution n'hésite pas à faire fabriquer sous sa marque en Asie pour diminuer les coûts de production. Oui mais à quel Prix !!!



Seul 1% du prix que vous payez pour un jean revient aux ouvriers qui l'ont fabriqué

mité des pays où ils seront distribués, essentiellement ceux du pourtour méditerranéen et de l'Europe de l'Est, c'est pour raccourcir les délais de fabrication (jusqu'à moins d'une semaine). Un mode de production en flux tendu et avec zéro stock qui a le vent en poupe avec l'accélération du rythme des collections. Mais la tendance reste aux délocalisations vers la Chine, l'Inde, le Bangladesh ou le Pakistan, pays les plus compétitifs. Avec l'évolution technologique, il existe désormais des enchères inversées sur Internet qui mettent directement les fournisseurs en compétition sur les prix. Le contrat revient alors trop souvent au socialement et écologiquement moins-disant. Les vêtements sont vendus en moyenne dix fois le prix qu'ils sont achetés. La main-d'œuvre ne représente que 1 % du prix de vente d'un jean, la matière première et sa transformation pèsent pour 12 %, soit à peu près autant que les frais de transport. Les 74 % restants sont à ventiler entre les frais de marketing, de distribution et dans les bénéfices des marques... Pourtant, selon l'ONG Vêtements Propres, il suffirait d'augmenter de 4 % le prix de vente des articles pour garantir un niveau de vie décent aux salariés qui le produisent. Si tant est que cette somme aille dans leur poche, car c'est là tout le problème du commerce équitable : l'absence de garantie faute de contrôles indépendants. D

Michel Ebran avec Cédric Morin

(1) Il s'agit de nos partenaires hollandais, belges, italiens, portugais, espagnols, finlandais, suédois et autrichiens.

(2) Benetton, C&A, Celio, Esprit, La Halle aux vêtements, H&M, Kiabi, Kookai, Lafayette (Galeries), Mango, Mexx, Promod et Zara.

(3) Ils dégorge sous l'effet de la transpiration et sont assimilés par l'organisme, entraînant une augmentation du risque de cancer.

novembre 2007 - Que Choisir 453 -43